M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

COMMISSION D'ENQUÊTE
SUR LE
PROGRAMME DE COMMANDITES
ET LES ACTIVITÉS PUBLICITAIRES

QUI EST RESPONSABLE ?

VÉRIFICATION JURICOMPTABLE

QUI EST RESPONSABLE ?

VÉRIFICATION JURICOMPTABLE

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada,
représentée par le Ministre des Travaux publics et
Services gouvernementaux – 2005

N° cat. : CP32-86/2-2005F
ISBN : 0-660-97083-X

En vente chez votre libraire local ou auprès des
Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario)
KIA OS5

Téléphone : (613) 941-5995
Commandes seulement : 1 800 635-7943
Télécopieur : (613) 954-5779 ou 1 800 565-7757

Internet : http://publications.gc.ca

106-00543/

AVIS AU LECTEUR

La mise en page originale de ce document a été modifiée aux fins de publication pour la rendre conforme à celle du rapport d'enquête. À cette occasion, il a fallu, mais uniquement quand cela était nécessaire, recréer certains tableaux et graphiques. De plus, la pagination de ce volume est différente de celle du rapport que Kroll, Lindquist Avey a soumis à la Commission le 18 mai 2005.

Tous les efforts ont été déployés pour veiller à respecter l'exactitude des données et des graphiques. Il convient de noter, cependant, que dans le rapport d'enquête du commissaire, les renvois aux diagrammes et aux pages du rapport Kroll et de ses appendices correspondent au volume original. C'est la version soumise par les juricomptables qui doit être considérée comme la version officielle du rapport Kroll.

À noter également que les appendices A, I, J et K qui se trouvent dans le rapport Kroll original n'ont pas été reproduites dans le présent document.

TABLE DES MATIÈRES

1 INTRODUCTION 1

1.1 Engagement de KLA 1

1.2 Énoncé de qualités 2

1.3 Portée du rapport et limitation de son utilisation 3

2 PORTÉE DE L'ENQUÊTE 5

2.1 Documentation disponible 5

2.2 Limitation de portée 7

3 RÉSUMÉ DES CONSTATATIONS — PROGRAMMES SPÉCIAUX ET DE COMMANDITES 9

3.1 Provenance des fonds des Programmes spéciaux et de commandites — 355 millions de dollars 10

3.2 Utilisation des fonds des PSC — 332 millions de dollars 11

3.2.1 Résumé par catégorie de contrat 11

3.2.2 Résumé des contrats gérés par les agences, par catégorie de contrats 14

3.2.3 Nature des dépenses des PSC 15

3.3 Analyse d'un échantillon de contrats des PSC 16

3.3.1 Échantillon de contrats des PSC 16

3.3.2 Analyse des coûts de production des commandites et des agences 17

3.3.3 Rapport de novembre 2003 de la vérificatrice générale 18

4 RÉSUMÉ DES CONSTATATIONS — CONTRATS DE PUBLICITÉ 21

4.1 Provenance des fonds pour les contrats de publicité — 1,1 milliard de dollars 21

4.2 Utilisation par le gouvernement des fonds destinés à la publicité - 1.1 milliard de dollars 22
4.2.1 Résumé par année 22
4.2.2 Résumé par ministère 23
4.2.3 Résumé par agence de communication 24
4.3 Analyse de l'échantillon de contrats de publicité 26
4.3.1 Analyse de l'échantillon de contrats de publicité 26
4.3.2 Analyse des services rendus par les agences, y compris des coûts de production 27

5 RÉSUMÉ DES CONSTATATIONS — AGENCES DE COMMUNICATION 29
5.1 Sélection des agences 29
5.1.1 Sélection des agences chargées des contrats des PSC 29
5.1.2 Sélection des agences de publicité 32
5.2 Flux financiers à destination des agences 32
5.3 Paiements effectués par les agences à des partis politiques ou pour le compte de ces derniers 44
5.4 Gestion des contrats par les agences 45

6 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — CONTRATS DES PSC 47
6.1 Provenance des fonds 47
6.1.1 Budget de fonctionnement de TPSGC - 197 millions de dollars 48
6.1.2 Transferts intraministériels - 6 millions de dollars 51
6.1.3 Fonds de la Réserve pour l'unité - 112 millions de dollars 52
6.1.4 Bureau d'information du Canada - 21,9 millions de dollars 54
6.1.5 Autres ministères fédéraux - 16,5 millions de dollars 56
6.1.6 Réserve de fonctionnement - 1,5 million de dollars 57

6.2 Utilisation des fonds des PSC 58
6.2.1 Acheminement des fonds aux agences 58
6.2.2 Contrats des Programmes spéciaux et de commandites 61
6.2.3 Nature des dépenses des PSC 62
6.3 Analyse d'un échantillon de contrats des PSC 64
6.3.1 Échantillon de contrats des PSC 64
6.3.2 Montants consacrés aux commandites 66
6.3.3 Analyse des commissions et des coûts de production des agences 67
6.4 Rapport de novembre 2003 de la vérificatrice générale 70
6.5 Sélection des agences - Programmes spéciaux et de commandites 71
6.5.1 Février 1995 71
6.5.2 Février à juin 1995 72
6.5.3 Juillet 1995 à avril 1997 73
6.5.4 Avril 1997 à mai 2001 73
6.5.5 Mai 2001 74

7 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — PUBLICITÉ 75
7.1 Provenance des fonds pour les contrats de publicité 75
7.2 Utilisation des fonds de publicité 75
7.2.1 Flux financiers à destination des agences de publicité 75
7.2.2 Contrats de publicité 77
7.2.3 Nature des dépenses de publicité 78
7.3 Analyse d'un échantillon de contrats de publicité 78
7.3.1 Échantillon de contrats de publicité 78
7.3.2 Analyse des services rendus par des agences de publicité, y compris leurs coûts de production 80

8 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — LAFLEUR 85
8.1 Description de l'entreprise 85
8.1.1 Lafleur Communication 85
8.1.2 Autres sociétés apparentées 86
8.2 Processus de sélection du gouvernement 86
8.3 Contrats du gouvernement 88
8.3.1 Programmes spéciaux et de commandites 88
8.4 Administration des contrat 90
8.4.1 Observations d'ordre général 90
8.4.2. Production sous-traitée - honoraires professionnels 91
8.4.3 Gosselin Communications - Projet Bluenose 92
8.4.4 Production sous-traitée : articles promotionnels 93
8.4.5 Xylo Concept Graphique Inc. 93
8.5 Analyse financière 95
8.5.1 Apport financier des contrats de publicité et des PSC pour Lafleur Communication 95
8.5.2 Publicité Dézert 96
8.6 Utilisations notables des fonds par Lafleur 98
8.6.1 Salaires et dividendes 98
8.6.2 Contributions politiques 99
8.7 Vente des actions de Lafleur Communication 99
8.7.1 Vente de Lafleur Communication à Communications Groupdirect Inc. 99

9 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GOSSELIN 101
9.1 Description de l'entreprise 101
9.2 Processus de sélection du gouvernement 102
9.3 Contrats du gouvernement 103
9.3.1 Contrats des PSC 103
9.3.2 Contrats de publicité 104

9.4 Administration des contrats **105**
9.4.1 Observations d'ordre général 105
9.4.2 Production sous-traitée : honoraires professionnels 106
9.4.3 Production sous-traitée : articles promotionnels 106
9.5 Apport des contrats de publicité et de PSC pour Gosselin **107**
9.5.1 Gosselin Communications 107
9.5.2 CPPC 108
9.5.3 Portage Promotion 109
9.6 Vente de Gosselin Communications **110**

10 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPACTION **113**
10.1 Description de l'entreprise **113**
10.2 Processus de sélection du gouvernement **114**
10.2.1 Premières transactions de Groupaction avec le gouvernement du Canada 114
10.2.2 Processus de sélection 114
10.3 Contrats du gouvernement **115**
10.3.1 Contrats des PSC 115
10.3.2 Contrats de publicité 117
10.4 Administration des contrats **118**
10.4.1 Constats relatifs aux contrats des PSC 118
10.4.2 Constats relatifs aux contrats de publicité 120
10.5 Constats relatifs à des événements particuliers **120**
10.5.1 Commentaires généraux - Événements associés au Groupe Polygone et à Expour 121
10.5.2 Almanach du Peuple 121
10.5.3 Magazines nationaux et régionaux 122
10.5.4 Journal de Montréal et Journal de Québec 122
10.5.5 Capsules radiophoniques 123
10.5.6 Salons 124
10.5.7 Grand Prix du Canada 127

10.6 Apport financier des contrats de publicité et de PSC pour Groupaction 128
10.6.1 Niveau d'activité avant les contrats de publicité et des PSC 128
10.6.2 Répercussions sur le chiffre d'affaires 129
10.6.3 Répercussions sur les résultats nets 130
10.7 Utilisations notables des fonds par Groupaction 131
10.7.1 Salaires et dividendes 131
10.7.2 Contributions politiques 132
10.7.3 Paiements à M. Guité et à Oro Communications 134
10.8 Limitation de la portée 135

11 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPE POLYGONE ET EXPOUR 137
11.1 Description de l'entreprise 137
11.2 Niveau d'activité 138
11.2.1 Chiffres d'affaires de Groupe Polygone et d'Expour 138
11.3 Événements commandités pour le gouvernement du Canada et montants correspondants 139
11.4 Apport financier des contrats de commandites du gouvernement du Canada 140
11.5 Utilisations notables des fonds 141
11.5.1 Dividendes 141
11.5.2 Paiements à PluriDesign Canada 141
11.5.3 Paiements au groupe d'entreprises de Jean Brault 142
11.5.4 Contributions politiques 142
11.6 Limitation de la portée 142

12 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — PLURIDESIGN CANADA INC. 143
12.1 Description de l'entreprise 143

12.2 Niveau d'activité **143**
12.2.1 Chiffres d'affaires annuels 143
12.2.2 Ventilation du chiffre d'affaires par client 144
12.3 Apport financier des commandites du gouvernement du Canada **145**
12.3.1 PluriDesign Canada 145
12.3.2 Jacques Corriveau Designer Inc. 146
12.4 Utilisations notables des fonds par PluriDesign Canada **147**
12.4.1 Salaires et primes à Jacques Corriveau 147
12.4.2 Dividendes 148
12.4.3 Contributions politiques 148
12.4.4 Coûts de production 148
12.5 Limitation de la portée **149**

13 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPE EVEREST **151**
13.1 Description de l'entreprise **151**
13.1.1 Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc. 151
13.1.2 Compagnies du Groupe Everest 152
13.1.3 Caliméro Partenariat Inc. 154
13.1.4 Premières transactions de Groupe Everest avec le gouvernement du Canada 154
13.2 Processus de sélection du gouvernement **155**
13.2.1 Processus de sélection en publicité 155
13.2.2 Patrimoine canadien 1995 155
13.2.3 Processus de sélection pour les PSC 156
13.2.4 Agence de référence : Média/I.D.A. Vision 156
13.3 Contrats du gouvernement du Canada **156**
13.3.1 Contrats des PSC 156
13.3.2 Contrats de publicité 159
13.4 Administration des contrats **160**
13.4.1 Programmes spéciaux et de commandites 160

13.5 Apport financier des contrats de publicité et des PSC pour les compagnies du Groupe Everest **165**
13.5.1 Limitation de la portée financière 165
13.5.2 Chiffre d'affaires 166
13.5.3 Marges brutes 169
13.5.4 Résultats nets 170
13.6 Utilisations notables des fonds par le Groupe Everest **171**
13.6.1 Salaires et dividendes 171
13.6.2 Contributions politiques 172
13.6.3 Transactions avec Oro Communications Inc. 172
13.7 Limitation de la portée **173**

14 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — COFFIN COMMUNICATION **175**
14.1 Description de l'entreprise **175**
14.2 Processus de sélection du gouvernement fédéral **176**
14.2.1 Processus de sélection de 1997 176
14.2.2 Processus de sélection de mai 2001 176
14.2.3 Bureau d'informations du Canada - septembre 2000 176
14.3 Contrats avec le gouvernement du Canada **176**
14.3.1 Contrats des PSC 176
14.3.2 Contrats de publicité 178
14.4 Administration des contrats **178**
14.4.1 Observations d'ordre général 178
14.4.2 Exemple de problèmes liés à un contrat 179
14.5 Apport financier des contrats de publicité et de PSC pour Coffin Communication **181**
14.5.1 Chiffre d'affaires 181
14.6 Utilisations notables des fonds par Coffin Communication **181**
14.6.1 Revenu de la famille Coffin 181
14.6.2 Versements à des partis politiques 182
14.6.3 Paiements faits à M. Guité et à Oro Communications 182

15 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — VICKERS & BENSON 183
15.1 Description de l'entreprise 183
15.2 Processus de sélection du gouvernement 184
15.3 Contrats du gouvernement du Canada 184
15.3.1 Contrats des PSC 184
15.3.2 Contrats de publicité 185
15.4 Administration des contrats 186
15.4.1 Série Chine - « Le Canada d'un océan à l'autre » - 10 millions de dollars 186
15.4.2 Budget de 1999 - 4 350 000 $ 189
15.4.3 Publicité 190
15.5 Apport financier des contrats de publicité et de PSC pour Vickers & Benson 190
15.5.1 Part du chiffre d'affaires attribuable au gouvernement du Canada par rapport à d'autres clients 190
15.6 Utilisations notables des fonds par Vickers & Benson 191
15.6.1 Salaires et gratifications aux cadres 191
15.6.2 Paiements à Oro Consulting 191
15.6.3 Contributions à des partis politiques 191

16 CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPE BCP 193
16.1 Historique de l'agence 193
16.2 Processus de sélection du gouvernement du Canada 194
16.3 Contrats avec le gouvernement du Canada 194
16.3.1 Contrats des PSC 194
16.3.2 Contrats de publicité 195
16.4 Gestion des contrats 195
16.5 Impact financier des contrats de publicité et des programmes spéciaux et de commandites 195
16.5.1 Niveau d'activité avec le gouvernement du Canada 195
16.5.2 Revenus provenant d'associations politiques 196

16.6 Utilisations notables des fonds 197
16.6.1 Salaires et primes aux gestionnaires 197
16.6.2 Contributions politiques 198

APPENDICES

B EXEMPLE DE SUBPOENA 201

C DEMANDE DE DOCUMENTS ET D'INFORMATIONS 217

D GESTION ET EXAMEN DES DOCUMENTS PAR KROLL 227

E LETTRE TYPE ENVOYÉE AUX BÉNÉFICIAIRES DES FONDS DE COMMANDITES 247

F NATURE DES ÉVÉNEMENTS DE COMMANDITES 251

G RÉSERVE POUR L'UNITÉ - AFFECTATIONS 283

H EXEMPLES DE TEXTES DE CAPSULES RADIO 289

1

Partie un
INTRODUCTION

1.1
Engagement de KLA

La firme Kroll Lindquist Avey (« Kroll ») a été engagée par le juge John H. Gomery (« le Commissaire ») représentant Sa Majesté la Reine du chef du Canada pour la Commission d'enquête sur le programme de commandites et les activités publicitaires.

Kroll a été engagée par le Commissaire pour sa compétence en juricomptabilité afin d'aider la Commission à s'acquitter de son mandat.

Kroll a été chargée des tâches suivantes :

- recenser la provenance des fonds du gouvernement du Canada, et en dresser la synthèse, pour les dépenses du programme de commandites et les activités publicitaires de 1994 à 2004;

- faire une analyse des fonds engagés par le gouvernement du Canada au titre des dépenses des PSC et des activités publicitaires de 1994 à 2004 et en dresser la synthèse;

- faire une analyse des fonds reçus et de leur utilisation par les agences de communication et de publicité dans le cadre des dépenses des PSC et des activités publicitaires de 1994 à 2004 et en réaliser une synthèse;

- analyser les contrats et les événements gérés par les agences de communication et de publicité (i) ayant reçu des sommes significatives, et/ou (ii) ayant suscité des préoccupations;

- aider les procureurs de la Commission à préparer l'interrogation des témoins, notamment en déterminant les documents et informations pertinents, en identifiant les témoins potentiels, en examinant et analysant les documents, et en participant aux entrevues avec les témoins potentiels;

- effectuer des recherches sur les structures corporatives, la propriété des biens et les transactions des parties concernées;

- aider les procureurs de la Commission à localiser, examiner et cataloguer les documents devant être produits devant la Commission;

- mettre au point un système informatisé de soutien du contentieux; et

- préparer un rapport résumant nos constatations sur les diverses questions soulevées durant les audiences de la Commission.

1.2
Énoncé de qualités

Kroll est une firme de juricomptables, de consultants en contentieux, d'évaluateurs d'entreprises et de redressement d'entreprises comprenant environ 75 professionnels à Toronto et Ottawa, au Canada. Ces professionnels

totalisent de nombreuses années d'expérience dans l'exécution d'enquêtes sur des transactions commerciales douteuses au Canada et à l'étranger.

Kroll fait partie de Kroll Inc., firme de conseil en gestion du risque qui a des bureaux aux États-Unis, en Europe et en Asie.

Robert Macdonald et Steven Whitla, directeurs chez Kroll et comptables agréés désignés spécialistes en juricomptabilité, et Pierre St-Laurent, propriétaire de St-Laurent Faucher, Les juricomptables, également comptable agréé désigné spécialiste en juricomptabilité, ont préparé ce rapport avec l'aide d'autres professionnels sous leur direction et leur supervision. On trouvera leurs curriculums vitae et ceux de leurs collaborateurs à l'appendice A de ce rapport.

1.3
Portée du rapport et limitation de son utilisation

Le présent rapport a été préparé pour le seul usage de la Commission d'enquête sur le programme de commandites et les activités publicitaires.

Nous n'assumons aucune responsabilité civile ou financière en cas de perte causée à une quelconque partie par la distribution, la publication, la reproduction ou l'utilisation de ce rapport.

Ce rapport repose sur les enquêtes que nous avons effectuées, dont la portée est décrite à la partie 2.0. Si d'autres documents ou informations susceptibles d'avoir une incidence sur nos constatations deviennent disponibles, nous nous réservons le droit de les examiner et de revoir et modifier les constatations présentées dans ce rapport.

2

Partie deux

PORTÉE DE L'ENQUÊTE

2.1
Documentation disponible

La Commission a délivré des assignations (dont on trouvera un échantillon à l'appendice B du présent rapport) aux personnes et entreprises concernées, et le gouvernement du Canada a délivré des « lettres d'appel » (dont on trouvera un échantillon à l'appendice C) à tous les ministères fédéraux, pour demander la documentation et les informations concernant le « programme de commandites » et les « activités publicitaires » ayant fait l'objet des chapitres 3 et 4 du rapport de novembre 2003 de la vérificatrice générale du Canada.

Le tableau 1 résume le nombre de documents qui ont été fournis à la Commission en réponse aux assignations et aux lettres d'appel.

Tableau 1 : Univers des documents de la Commission - Statistiques

	DOCUMENTS REÇUS ET CATALOGUÉS	
BIBLIOTHÈQUES DOCUMENTAIRES	**NOMBRE DE BOÎTES**	**NOMBRE DE PAGES ESTIMATION**
TPSGC	5 170	20 680 000
AUTRES MINISTÈRES FÉDÉRAUX	623	2 492
COMMISSION D'ENQUÊTE	1 275	5 100 000
TOTAL	7 068	28 272

Sur les 28,3 millions de pages cataloguées, selon nos estimations, 559 411 ont été saisies dans une base de données documentaire et 480 789 ont été divulguées aux parties à l'Enquête.

On trouvera à l'appendice D de ce rapport des détails sur les protocoles et procédures, la gestion de la bibliothèque et des catalogues documentaires, l'examen et l'analyse des documents ainsi que la production et la divulgation des documents par Kroll.

En outre, à la demande des procureurs de la Commission, Kroll a envoyé à tous les bénéficiaires identifiés des fonds de commandites une lettre (dont un échantillon figure à l'appendice E) pour leur demander de fournir à la Commission les informations et documents concernant leurs commandites.

Tous ces documents ont été mis à la disposition de Kroll dans le cadre de ses investigations. Dans la mesure où nous nous sommes fiés à certains d'entre eux pour préparer ce rapport, ils ont été reproduits et déposés en preuve devant le Commissaire.

2.2
Limitation de portée

Les demandes et assignations de documents susmentionnées concernaient une période de 10 ans allant du 1er avril 1994 au 31 mars 2004. Précisons que nous n'avons pas eu à notre disposition certains des livres, registres et documents demandés concernant les agences de communication et leurs dirigeants. De plus, nous croyons savoir que la Commission a recueilli des témoignages indiquant que certains des documents pertinents du gouvernement du Canada ont été détruits durant cette période. En outre, nous croyons comprendre que nombre de ces documents ont fait l'objet de vérifications et que, dans ce contexte, beaucoup ont été retirés des lieux où ils se trouvaient à l'origine pour être replacés dans un fichier « reconstruit » afin d'en permettre l'analyse.

En conséquence, Kroll ne peut donner l'assurance que les documents et dossiers du gouvernement du Canada que nous avons examinés étaient complets et représentaient les fichiers tels qu'ils existaient à l'origine. De plus, le caractère incomplet des livres, registres, dossiers et documents correspondants des agences de communication et de leurs dirigeants limite notre aptitude à faire rapport sur la destination ultime de tous les fonds de commandites et des activités publicitaires concernant ces agences et les contrats et événements correspondants.

Kroll a procédé à l'examen d'un échantillon d'agences, de contrats et d'événements, mais n'a pas effectué l'examen de tous les contrats des PSC ni de tous les contrats d'activités publicitaires.

De plus, Kroll n'a fait enquête sur aucune transaction faisant l'objet de poursuites pénales en cours.

3

Partie trois

RÉSUMÉ DES CONSTATATIONS — PROGRAMMES SPÉCIAUX ET DE COMMANDITES

Le tableau 2 présente la typologie de nos constations.

Tableau 2 : Cadre des constatations

PROVENANCE DES FONDS	UTILISATION DES FONDS	ANALYSE DES CONTRATS SÉLECTIONNÉS	ANALYSE DES AGENCES DE COMMUNICATION
Provenance des fonds pour les PROGRAMMES SPÉCIAUX ET DE COMMANDITES (PSC)	PSC ▲Flux monétaires ▲Contrats ▲Dépenses	PSC Analyse de certains contrats de PSC	▲Description des entreprise ▲Processus de sélection ▲Contrats du gouvernement du Canada ▲Gestion des contrats ▲Analyse financiers ▲Autres
Provenance des fonds pour les contrats de PUBLICITÉ	PUBLICITÉ ▲Flux monétaires ▲Contrats ▲Dépenses	PUBLICITÉ Analyse de certains contrats de publicité	

PARTIE TROIS

RÉSUMÉ DES CONSTATATIONS — PROGRAMMES SPÉCIAUX ET DE COMMANDITES

Le tableau 2 présente la typologie de nos constatations.

Tableau 2 : Cadre des constatations

PROVENANCE DES FONDS	UTILISATION DES FONDS	ANALYSE DES CONTRATS SÉLECTIONNÉS	ANALYSE DES AGENCES DE COMMUNICATION
Provenance des fonds pour les PROGRAMMES SPÉCIAUX ET DE COMMANDITES (PSC)	PSC • Flux monétaires • Contrats • Dépenses	PSC Analyse de certains contrats de PSC	• Description des entreprises • Processus de sélection • Contrats du gouvernement du Canada • Gestion des contrats • Analyse financière • Autres
Provenance des fonds pour les contrats de PUBLICITÉ	PUBLICITÉ • Flux monétaires • Contrats • Dépenses	PUBLICITÉ Analyse de certains contrats de publicité	

3.1
Provenance des fonds des Programmes spéciaux et de commandites — 355 millions de dollars

Notre analyse des flux financiers au sein du gouvernement du Canada a montré que, durant la période du 1er avril 1994 au 31 mars 2004, 355 millions de dollars ont été affectés et transférés au Secteur de la publicité et de la recherche en opinion publique (SPROP)/Direction générale des services de coordination des communications (DGSCC) pour le paiement des contrats des PSC, c'est-à-dire des contrats octroyés pour des commandites, des recherches en opinion publique, des projets spéciaux, de la publicité et des achats d'articles promotionnels. Aux fins du présent rapport, nous avons regroupé ces contrats sous le vocable unique de contrats des PSC. Le schéma suivant donne la provenance des fonds circonscrits.

Tableau 3 -- Provenance des fonds reçus pour les contrats des PSC
(en millions $)

On trouvera à l'annexe 1 de ce rapport un résumé de la provenance de ces fonds, par année financière du gouvernement.

Cette somme de 355 millions de dollars comprend les fonds pour les activités de PSC qui ont été entreprises entre 1994-1995 et 1996-1997, soit trois ans avant l'année financière 1997-1998 qui, selon le rapport de la vérificatrice générale du Canada, a marqué le début du «Programme de commandites». Les sommes dépensées au début de 1994 ont été incluses parce que les activités auxquelles les fonds ont été consacrés étaient similaires aux activités de commandites entreprises après le 1er avril 1997.

De plus, tandis que les PSC étaient sous le contrôle de Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC), les contrats des PSC ont été essentiellement comptabilisés dans le compte des « Programmes spéciaux » du système comptable de ce ministère. Le compte des Programmes spéciaux a relevé de Joseph Charles Guité (M. Guité), lorsqu'il était à la tête du SRPOP et de la DGSCC, puis de Pierre Tremblay (M. Tremblay) quand il lui a succédé.

Les fonds susmentionnés ont été fournis soit à TPSGC pour la période allant de 1994-1995 à septembre 2001, soit à Communications Canada lorsque le programme a été transféré à cette organisation après septembre 2001.

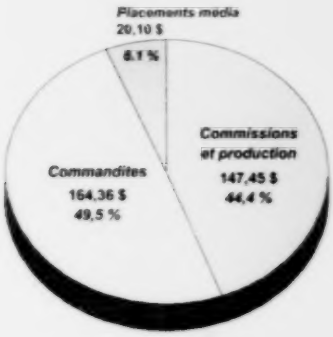
On trouvera à la partie 6.1 de ce rapport des commentaires détaillés sur la provenance des fonds en question.

3.2
Utilisation des fonds des PSC — 332 millions de dollars

3.2.1 Résumé par catégorie de contrat

Notre examen a fait ressortir que 332 des 355 millions de dollars attribués à SRPOP/DGSCC ont été consacrés à des contrats des PSC : 164 millions, soit 49 % pour les commandites, et 168 millions, soit 51 %, pour les coûts de production et les commissions des agences, de même que pour le placement média.

Tableau 4 : Sommaire des contrats des PSC, par catégorie de dépense
(en millions $)



Les agences de publicité et d'autres tierces parties, désignées collectivement sous le vocable « agences de communication » ont géré ces contrats des PSC pour un montant de 305,1 millions de dollars, tandis que Communications Canada a géré 26,8 millions de dollars de commandites.

Le tableau 5 ci-après donne la valeur des contrats gérés, d'une part, par les agences de communication et, d'autre part, à l'interne.

Tableau 5 : Administration des fonds destinés aux projets spéciaux et de commandites
(en millions $)

Le tableau 6 ci-dessous donne une ventilation de ces sommes par année.

Tableau 6 : Ventilation par année -
Contrats des PSC gérés par les agences et contrats gérés à l'interne
(en millions $)

Une liste détaillée des contrats est donnée à l'annexe 2.

Exercice financier	Placement média	Commandites	Commission d'agence[1]	Production	Total
Contrats gérés par les agences					
1994-95	0,74	-	0,13	1,20	2,07
1995-96	6,79	1,76	1,38	12,03	21,96
1996-97	1,55	2,38	0,29	26,57	30,79
1997-98	4,75	22,58	2,91	21,31	51,55
1998-99	6,27	23,61	4,63	26,90	61,41
1999-00	-	25,84	3,78	17,86	47,48
2000-01	-	25,41	3,76	10,81	39,98
2001-02	-	30,25	4,54	5,77	40,56
2002-03	-	8,00	1,19	0,11	9,30
Total géré par les agences	20,10	139,83	22,61	122,56	305,10
Contrats gérés à l'interne					
2001-02	-	-	-	1,40	1,40
2002-03	-	11,12	-	0,14	11,26
2003-04	-	13,41	-	0,74	14,15
Total géré à l'interne	-	24,53	-	2,28	26,81
Total	20,10 $	164,36 $	22,61 $	124,84 $	331,91 $

[1] Les commissions d'agence s'entendent des commissions prévues aux contrats pour les placements médias ainsi que des commissions prélevées sur les commandites.

3.2.2 Résumé des contrats gérés par les agences, par catégorie de contrats

Les tableaux 7 et 7a donnent un sommaire des contrats gérés par les agences, par agence de communication responsable des contrats et par catégorie de dépenses.

Tableau 7 : Sommaire des contrats des PSC par agence

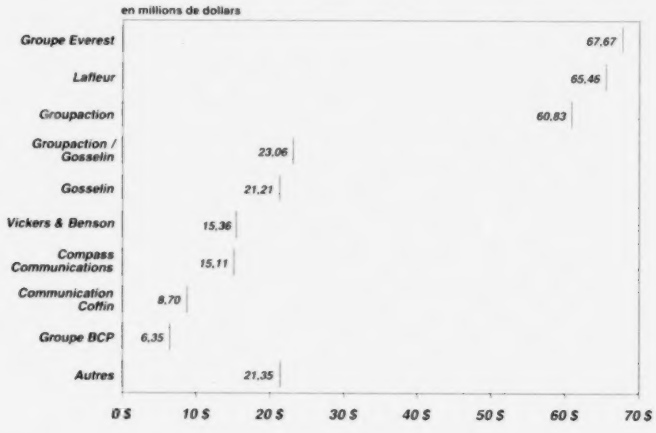


Tableau 7a : Sommaire des contrats des PSC gérés par les agences, par agence et par catégorie de dépenses (en millions $)

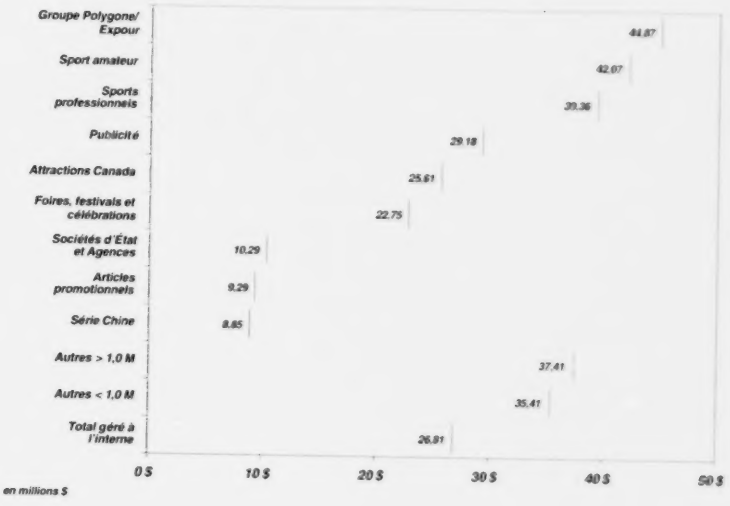
Agence	Placement média	Commandites	Commission d'agence	Production	Total
Groupe Everest	2,97	28,34	4,19	32,17	67,67
Lafleur	1,91	26,20	4,15	33,20	65,46
Groupaction	6,52	37,21	5,87	11,23	60,83
Groupaction/ Gosselin	-	13,00	1,91	8,15	23,06
Gosselin	0,08	11,31	1,58	8,24	21,21
Vickers and Benson	3,40	-	0,60	11,36	15,36
Compass Communications	0,71	7,79	1,30	5,31	15,11
Communication Coffin	-	5,39	0,78	2,53	8,70
Groupe BCP	3,40	0,03	0,61	2,31	6,35
Autres	1,11	10,56	1,62	8,16	21,35
Total	20,10	139,83	22,61	122,56	305,10
Géré par Communication Canada	-	24,53	-	2,28	26,81
Grand total	20,10 $	164,36 $	22,61 $	124,84 $	331,91 $

Une liste détaillée de ces contrats est donnée à l'annexe 3.

3.2.3 Nature des dépenses des PSC

Kroll a classé les dépenses des PSC de manière à cerner les événements importants ainsi que les catégories ou types d'événements. Ce classement a été fait à partir du nom et de la description des événements tels qu'ils apparaissaient dans les contrats. Le tableau 8 donne le sommaire, par catégorie d'événement, des contrats des PSC.

Table 8 : Sommaire des contrats des PSC par catégorie d'événement



Nos commentaires détaillés au sujet de ce résumé apparaissent à la partie 6.2.3 et à l'appendice F. L'annexe 4 donne la liste détaillée des événements dans chaque catégorie.

3.3
Analyse d'un échantillon de contrats des PSC

3.3.1 Échantillon de contrats des PSC

Kroll a sélectionné un échantillon de contrats des PSC des années 1996-1997 à 2000-2001 dans le but d'en examiner les factures et les justificatifs utilisés pour facturer TPSGC.

Nous avons constitué notre échantillon de contrats pour cette période parce que :

i) la documentation était limitée pour les années 1994-1995 et 1995-1996;

ii) les problèmes relevés à l'occasion de la vérification interne de TPSGC, relativement à la gestion des programmes de commandites, concernaient principalement cette période;

iii) un plan d'action a été mis en place en octobre 2000 afin de corriger les problèmes constatés, notamment le transfert du programme de commandites à Communications Canada en septembre 2001.

Voici un résumé des contrats que nous avons examinés, par rapport à la totalité des contrats des PSC pour la période considérée.

Tableau 9 : Sommaire des contrats des PSC échantillonnés et examinés par Kroll (en millions $)

	Total des contrats durant la période	Contrats examinés par Kroll	Pourcentage du total des contrats
Commandites	99,82	94,78	95,0 %
Commissions d'agence	15,37	13,61	88,6 %
Placement media	12,57	5,96	47,4 %
Production	103,45	96,19	93,0 %
Total	231,21 $	210,54 $	91,02 %

L'annexe 5 donne une liste détaillée des contrats en question.

Notre examen des factures et des justificatifs pour cet échantillon de contrats a révélé que les dossiers de TPSGC contenaient des factures d'agences de communication pour 99,6 % du total, soit 209,67 millions de dollars. À l'heure actuelle, il nous est impossible de dire si le solde des contrats a été facturé par les agences.

En ce qui concerne les factures présentes dans les dossiers, nous avons constaté qu'elles étaient plus ou moins détaillées, ce qui était aussi le cas des justificatifs. Par exemple, certaines précisaient les heures facturées par nom ou par niveau d'employé, tandis que d'autres ne donnaient qu'un montant global; certaines contenaient une liste des travaux sous-traités et étaient accompagnées de justificatifs, mais d'autres n'indiquaient qu'un total sur une seule ligne, avec peu ou pas de justificatifs.

3.3.2 Analyse des coûts de production des commandites et des agences

En nous fondant essentiellement sur les informations trouvées dans les dossiers de TPSGC, nous avons déterminé que, sur les 210,54 millions de dollars de contrats retenus dans notre échantillon, 45,4 % ont été facturés directement aux bénéficiaires des commandites, que 27,8 % ont été facturés pour du travail effectué par des agences et organismes apparentés et que 26,4 %, ont été facturés pour du travail exécuté par des tierces parties. On trouvera le résumé de nos constatations à ce sujet au tableau 10.

Tableau 10 : Analyse d'un échantillon de contrats des PSC de 1996-1997 à 2000-2001 (en millions $)

	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	Total	Pourcentage
Commandites	5,38	18,39	22,79	24,74	24,30	95,60	45,4 %
Sommes facturées pour du travail effectué par les agences et entités apparentées							
Commissions d'agence sur commandites	0,61	2,16	2,73	2,95	2,92	11,37	
Production des agences	1,60	3,72	0,91	0,15	-	6,38	
Heures de travail facturées	3,58	5,72	7,00	5,35	1,58	23,23	
Commission d'agence[2]	1,17	2,40	1,85	1,72	1,05	8,19	
Sommes pour contrats sous-traités à des entités apparentées	1,52	1,95	3,01	1,85	1,09	9,42	
Total facturé pour du travail effectué par les agences et parties apparentées	8,48	15,95	15,50	12,02	6,64	58,59	27,8 %
Sommes facturées pour du travail de tierces parties							
Sommes pour contrats sous-traités à des parties non apparentées ou inconnues	10,96	8,51	9,58	7,41	4,05	40,51	
Commission d'AR	-	-	0,65	0,69	0,71	2,05	
Placement média	0,03	6,77	3,93	0,84	1,35	12,92	
Total facturé pour du travail de tierces parties	10,99	15,28	14,16	8,94	6,11	55,48	26,4 %
Sommes non dépensées ou factures non retrouvées	-	0,31	0,22	0,14	0,20	0,87	0,4 %
Valeur totale des contrats	24,85	49,93	52,67	45,84	37,25	210,94 $	100,0 %

L'annexe 6 présente un sommaire par contrat à l'appui de ce tableau. Dans le cas des contrats que nous avons examinés, 99,6 % des valeurs contractuelles ont été facturées, ce qui indique que les agences ont facturé le maximum prévu aux contrats.

Les parties 5.4 et 6.3 présentent les autres constats que nous avons tirés à la suite de notre examen des contrats.

3.3.3 Rapport de novembre 2003 de la vérificatrice générale

Dans son rapport de novembre 2003, la vérificatrice générale (VG) mentionne des contrats de commandites d'une valeur totale de 250 millions de dollars. Les sommes mentionnées dans les documents contractuels doivent être réparties ainsi :

[2] S'entend des commissions prélevées sur les montants sous-traités et sur le placement média.

Tableau 11 : Sommaire des contrats mentionnés dans le rapport de la vérificatrice générale

	en millions de $	Pourcentage
Commandites	145,7	57 %
Commissions d'agence	19,9	8 %
Placement média	6,9	3 %
Production	81,1	32 %
Total – Commissions d'agence, placement média et production totale	107,9	43 %
Total	253,6 $	100 %

L'annexe 7 donne la liste détaillée des contrats en question.

La différence entre la valeur des contrats des PSC mentionnés dans le rapport de la VG et la liste des contrats des PSC dressée dans le présent rapport tient essentiellement au fait que nos deux rapports ne couvrent pas la même période. En effet, l'examen de Kroll a porté sur les contrats des PSC allant de 1994-1995 à 1996-1997 ainsi que sur les contrats de 2000-2004 qui n'étaient pas visés par la vérification de la VG.

4

Partie quatre

RÉSUMÉ DES CONSTATATIONS — CONTRATS DE PUBLICITÉ

4.1
Provenance des fonds pour les contrats de publicité — 1,1 milliard de dollars

L'autorisation de dépenser des ministères est donnée dans le cadre du processus budgétaire annuel du gouvernement du Canada. Les ministères ont reçu des crédits suffisant pour leur permettre, entre le 1er avril 1994 et le 31 mars 2003, d'émettre des contrats totalisant au moins 1,1 milliard de dollars pour leurs campagnes de publicité. Les sommes consacrées à la publicité ont varié d'un ministère et d'une année à l'autre selon les initiatives entreprises par chaque ministère.

TPSGC gérait des contrats de publicité au nom d'autres organismes, notamment la Société centrale d'hypothèques et de logement (SCHL) et le Bureau d'information Canada (BIC), et des fonds lui étaient transférés par

ces organismes et d'autres ministères pour financer les activités publicitaires. En outre, des sommes étaient attribuées à TPSGC aux fins de publicité, dans le cadre du processus budgétaire annuel.

Comme nous l'indiquons à la partie 6.1, la Réserve pour l'unité a assuré tout le financement du BIC de 1996-1997 à 2000-2001. Autrement dit, les 22,9 millions de dollars de publicité du BIC, jusqu'à l'exercice 2000-2001, semblent avoir été financés par la Réserve pour l'unité.

Tableau 12 : Provenance des fonds reçus pour les contrats de publicité

4.2
Utilisation par le gouvernement des fonds destinés à la publicité — 1,1 milliard de dollars

4.2.1 Résumé par année

Kroll a préparé une liste des contrats de publicité à partir des dossiers et d'autres documents disponibles de TPSGC.

Le tableau 13 ci-dessous présente un sommaire de ces contrats par année.

Tableau 13 : Sommaire de la valeur totale des contrats octroyés par le gouvernement, par type de contrat (en millions $)

Année financier	Contrats de placement média	Contrats pour du travail des agences	Total
94-95	16,79	25,97	42,76
95-96	32,90	46,85	79,75
96-97	41,95	43,04	84,99
97-98	56,90	57,35	114,25
98-99	59,97	69,88	129,85
99-00	57,27	76,95	132,22
00-01	100,46	96,89	197,35
01-02	126,63	76,17	202,80
02-03	101,42	34,33	135,75
Total	594,29 $	527,43 $	1 121,72 $

Les contrats de placement média étaient dans la plupart des cas octroyés à l'agence de référence (AR) qui achetait de l'espace dans les médias au nom du gouvernement du Canada conformément à un plan médias dressé par l'agence de communication.

4.2.2 Résumé par ministère

Les 12 ministères, énumérés au tableau 14 ci-après ont émis 84 % des contrats de publicité que nous avons recensés, contrats passés par le gouvernement du Canada. Ces sommes ne comprennent pas les initiatives publicitaires, totalisant environ 29,18 millions de dollars, entreprises par le gouvernement du Canada et financées par le truchement de contrats des PSC.

Tableau 14 : Sommaire de la valeur totale des contrats de publicité recensés, par ministère (en millions $)

	Contrats de placement média	Contrats pour du travail des agences	Total
Commission canadienne du tourisme	61.20	167.56	228.76
Industrie Canada	51.05	72.80	123.85
Finances Canada	79.12	36.79	115.91
Santé Canada	58.67	45.00	103.67
Défense nationale	67.38	13.83	81.21
Développement des ressources humaines Canada	63.58	14.53	78.11
Ressources naturelles Canada	35.49	18.07	53.56
Bureau d'information du Canada	28.78	13.06	41.84
Justice Canada	29.94	7.98	37.92
Patrimoine canadien	7.78	27.87	35.65
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	6.93	17.00	23.93
Agence des douanes et du revenu du Canada	9.59	8.75	18.34
	499.51	443.24	942.75
Tous les autres ministères	94.78	84.19	178.97
Total	594.29 $	527.43 $	1 121.72 $

4.2.3 Résumé par agence de communication

D'après notre analyse des agences de communication ont participé à des activités de publicité entre le 1er avril 1994 et le 31 mars 2003, soit comme agences de production, soit (dans le cas de contrats avec l'agence de référence) comme agences responsables du plan média. Les données pertinentes sont résumées au tableau 15 ci-dessous.

Tableau 15 : Sommaire de la valeur totale des contrats recensés ayant été gérés par les agences de communication, par agence (en millions $)

Agence de communication	Type de contrat		
	Placement média[3]	Production et service complet[4]	Total
Vickers & Benson	91,24	186,33	277,57
BCP	73,47	86,26	159,73
Groupaction Marketing	81,32	30,12	111,44
Allard Johnson Communications Inc.	65,00	14,98	79,98
Genesis Media (pas d'agence indiquée)	49,37	6,06	55,43
Groupe Everest	15,11	25,34	40,45
Focus Strategies	25,46	13,24	38,70
Gingko Group	15,09	10,92	26,01
McKim Communications	12,10	12,79	24,89
Bowen & Binstock	16,33	5,36	21,69
LBJ FRB Communications Inc.	14,88	2,99	17,87
Média / I.D.A. Vision (pas d'agence indiquée)	17,13	-	17,13
Acart Communications	14,49	1,97	16,46
Palmer Jarvis Advertising	6,94	8,17	15,11
Freeman, Rodgers & Battaglia	11,53	3,33	14,86
Allard et Associés	4,28	10,51	14,79
Poirier Communications Ltd.	6,56	7,99	14,55
Scott Thornley & Co.	1,41	12,91	14,32
Ensemble Consortium (Groupaction, Vickers, Compass, Focus, Coffin)	9,33	4,20	13,53
Weaver Tanner & Miller Inc.	8,16	4,99	13,15
Vision 4 (Groupaction, Focus, Compass et Acart)	8,02	4,43	12,45
Toutes les autres agences	47,07	74,54	121,61
Total	594,29 $	527,43 $	1 121,72 $

Les annexes 8, 9 et 10 donnent la liste détaillée des contrats visés par les tableaux 13, 14 et 15.

[3] Inclut les contrats pour le placement média pour lequel l'agence identifiée faisait office d'agence de communication. L'agence de communications recevait une commission, versée par l'agence de référence, égale à 11,75 % de la valeur brute du contrat pour la préparation du plan de placement média. Pour ses services, l'agence de référence recevait une commission égale à 3,25 % de la valeur brute du placement médias.

[4] Dans un contrat de service complet, l'agence de communications assure le placement média et s'occupe du travail de production. Dans un contrat de production, l'achat d'espace dans les médias passe par l'agence de référence.

4.3
Analyse de l'échantillon de contrats de publicité

4.3.1 Analyse de l'échantillon de contrats de publicité

Kroll a sélectionné un échantillon de contrats de publicité totalisant 46,37 millions de dollars pour les années 1996-1997 à 2002-2002 afin d'examiner les factures et les documents justificatifs applicables aux factures adressées aux ministères fédéraux, notamment à TPSGC. L'échantillon représente 11 % des contrats émis durant cette période.

Les contrats que nous avons sélectionnés pour notre examen comprenaient 19 % de contrats de publicité émis par TPSGC et le BIC. Le tableau 16 donne le sommaire des contrats de publicité examinés par Kroll.

Tableau 16 : Sommaire des contrats examinés par Kroll (en millions $)

	Total des contrats durant la période	Contrats examinés par Kroll	Pourcentage (%)
TPSGC[5] et BIC	61.90	11.47	19 %
Tous les autres ministères	358.38	34.85	10 %
Total	420.28 $	46.32 $	11 %

Tout comme dans le cas des factures des PSC, nous avons remarqué que les factures et les documents d'appui étaient plus ou moins détaillés.

L'annexe 11 donne la liste détaillée des contrats en question.

[5] Y compris les sommes contractées pour le compte de la SCHL.

4.3.2 Analyse des services rendus par les agences, y compris des coûts de production

Le tableau 17 dresse un sommaire des résultats de l'examen que nous avons effectué au sujet des contrats de publicité, par type de dépenses.

Table 17 : Analyse Kroll des contrats de publicité échantillonnés (en millions $)

	Total	Pourcentage
Commandites	0.46	1.0 %
Sommes facturées pour du travail effectué par les agences et entités apparentées		
Commissions d'agence sur commandites	0.05	
Production des agences	0.03	
Somme facturée pour du temps de travail	2.88	
Commissions d'agence sur les montants sous-traités	1.92	
Total des contrats sous-traités à des entités apparentées	3.46	
Total facturé pour du travail effectué par les agences et entités apparentées	8.34	18.0 %
Total des contrats sous-traités à des parties non apparentées ou inconnues	26.00	56.1 %
Sommes non dépensées ou factures non retrouvées	11.52	24.0 %
Valeur totale des contrats	46.32 $	100.0 %

L'annexe 12 donne la liste détaillée des contrats visés par ce tableau.

Nous avons constaté que, dans le cas des contrats des PSC que nous avons sélectionnés aux fins d'examen, les agences semblent n'avoir facturé que 75 % des valeurs prévues dans ces contrats.

À l'examen des contrats de publicité, nous avons constaté ce qui suit :

i) dans bien des cas, l'argent des « commandites », a été payée;

ii) les factures adressées aux ministères pour les services d'agence étaient fondées sur des devis approuvés plutôt que sur le nombre réel d'heures de travail effectuées au taux convenu dans le contrat;

iii) une commission de 17,65 % était prélevée pour des sous-contrats confiés à des parties apparentées.

5

Partie cinq

RÉSUMÉ DES CONSTATATIONS — AGENCES DE COMMUNICATION

5.1 Sélection des agences

5.1.1 Sélection des agences chargées des contrats des PSC

En février 1995, cinq agences, soit le Groupe Everest, BCP, Compass, Palmer Jarvis et Vickers & Benson, ont été choisies le second jour du processus de sélection de Patrimoine canadien. Dans une note de service non datée, M. Guité indique que les cinq agences « seront inscrites sur la liste des fournisseurs qualifiés de TPSGC/SPROP pour exécuter d'éventuels contrats de communication ou de publicité pour le compte du SPROP ».

En juin 1995, le Consortium Lafleur a été sélectionné à son tour. Celui-ci était composé de Lafleur de même que de Compass, de Natcom Publicité, de Freeman Roger Battaglia et de SKS Advertising.

À l'occasion de la procédure de sélection d'avril 1997, 10 agences ont été choisies :

- Communication Coffin et SOS Communications
- Delta Media Inc.
- Freeman Rodgers Battaglia Inc.
- Goodman Communications Inc.
- Gosselin
- Groupaction
- Manifest Communications Inc.
- Publicité Martin Inc.
- Scott Thornley & Company Inc.
- Sparks Communications Inc.

Lors d'un processus de sélection, tenu en mai 2001, neuf agences ont été retenues pour des offres permanentes :

- Armada
- Bristol Group
- Coffin
- Compass
- Everest
- Gosselin
- Groupaction
- Lafleur
- TNC Multicom Inc.

Le tableau 18 présente la répartition (exprimée en pourcentage du total) des contrats attribués aux firmes retenues à l'issue des quatre processus de sélection.

Tableau 18 : Sommaire des Contrats gérés par les agences sélectionnées en 1995, 1997 et 2001

Agences sélectionnées en 1995, 1997 et 2001	Valeur totale des contrats	Pourcentage
Groupe Everest	67,67	22,18%
Lafleur	65,46	21,46%
Groupaction	60,83	19,94%
Groupaction/Gosselin	23,06	7,56%
Gosselin	21,21	6,95%
Vickers and Benson	15,36	5,03%
Compass Communications	15,11	4,95%
Communication Coffin	8,70	2,85%
Groupe BCP	6,35	2,08%
Armada	4,60	1,51%
TNC Multicom	3,48	1,14%
Palmer Jarvis Advertising	2,83	0,93%
Publicité Martin	1,51	0,49%
Bristol Group	0,55	0,18%
Delta Media	0,24	0,08%
Communications Consultants	0,18	0,06%
SOS Communications	0,02	0,01%
Sparks	-	0,00%
Goodman	-	0,00%
Manifest	-	0,00%
Scott Thornley	-	0,00%
Total pour les agences sélectionnées en 1995, 1997 et 2001	297,16	97,40%
Toutes les autres agences	7,94	2,60%
Valeur totale de tous les contrats gérés par les agences	305,10 $	100,00%

5.1.2 Sélection des agences de publicité

Les parties 8 à 16 du présent rapport donnent des détails sur les processus de sélection ministériels, pour chaque agence.

5.2
Flux financiers à destination des agences

Voici quelques remarques que nous pouvons tirer à partir de notre analyse des flux financiers à destination des agences et des sous-traitants décrits aux parties 8 à 16 du présent rapport :

i) Les entreprises ont réalisé entre 23 % (Vickers & Benson) et 100 % (Gosselin) de leurs chiffres d'affaires grâce aux contrats gouvernementaux.

ii) Pour les périodes durant lesquelles les entreprises ont exécuté des contrats gouvernementaux, elles ont réalisé des bénéfices, toutes sources confondues, totalisant 46 millions de dollars [*].

iii) Pour les périodes durant lesquelles les entreprises ont exécuté des contrats gouvernementaux, les salaires et les primes versés à leurs propriétaires ont totalisé 51,2 millions de dollars.

iv) Pour les périodes durant lesquelles les entreprises ont exécuté des contrats gouvernementaux, les contributions politiques faites au Parti Libéral du Canada ont totalisé au moins 801 627 $. Si l'on ajoute à cela les sommes mentionnées par M. Brault en tant que paiements à des fins politiques, ce montant passe à 2,5 millions de dollars.

v) Les paiements effectués à Oro Communications ou à M. Guité ont totalisé 525 923 $. En outre, Société Immobilière Alexsim (contrôlée par Jean Brault) a versé 25 000 à M. Guité, lequel a vendu une voiture à M. Brault pour 35 000 $ et un bateau à M. Coffin pour 27 000 $.

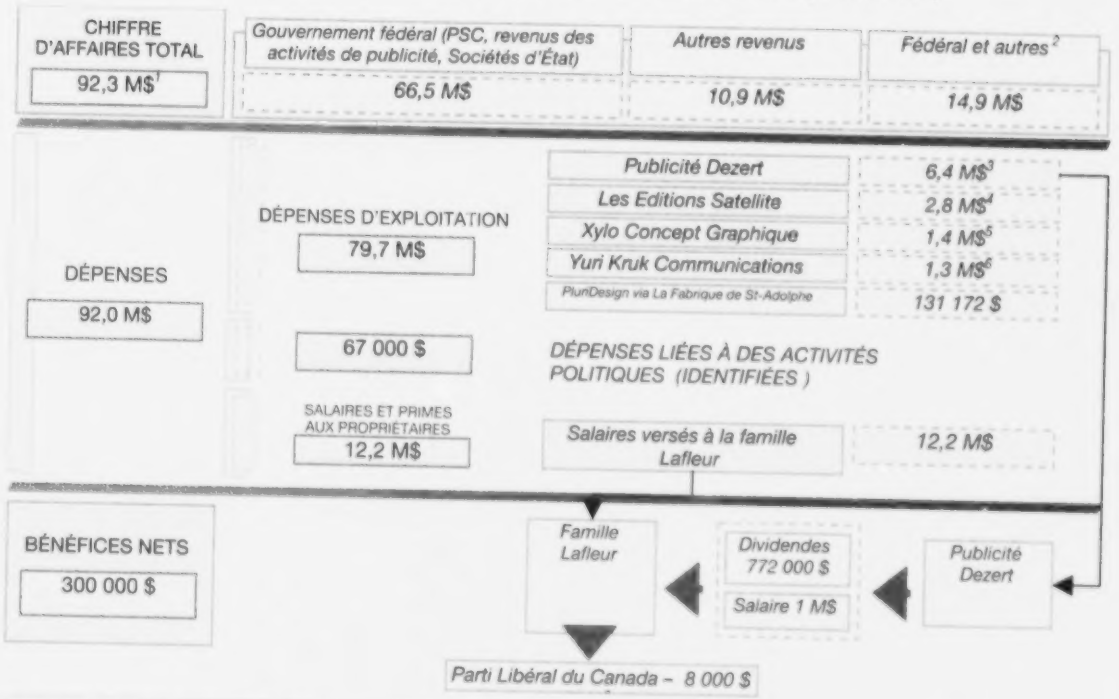
[*] À l'exclusion des gains nets découlant de la vente de l'entreprise par Groupe Everest et BCP.

Comprend Groupe Polygones, Expour et PlutriDesign.

La présente partie de notre rapport comporte des graphiques qui résument les flux financiers dans le cas de ces agences de communication et de leurs sous-traitants pour lesquels nous avons effectué une analyse financière. Les agences et entreprises sous-traitantes en question sont les suivantes :

Tableau	Agence de communication / Sous-traitants	Période	Constatations détaillées – Section du rapport
19	Lafleur Communication	1993 à 2001	8
20	Gosselin Communications	Mai 1997 à Sept. 1998	9
21	Groupaction	1996 à 2001	10
22	Groupe Polygone and Expour	1997 à 2003	11
23	PluriDesign	1996 à 2004	12
23a	Jacques Corriveau Designer Inc.	1996 à 2004	12
24	Groupe Everest	1995 à 2002	13
25	Communication Coffin	1996 à 2003	14
26	Vickers and Benson	1996 à 2003	15
27	BCP	1994 à 2003	16

Tableau 19 : Lafleur Communications - Flux monétaires (1993 à 2001)



[1] Gescom a versé des honoraires de gestion nets de 357 000 $ à Lafleur. Gescom a versé 96 000 $ à Walding Int'l. Lafleur Communication a versé 38 000 $ supplémentaire à Waldin g Int'l.

[2] Aucun dossier ne permet d'établir la provenance.

[3] Publicité Dezert a versé $526,735 à PlunDesign.

[4] Satellite a versé 8 300 $ au Parti Libéral du Canada.

[5] Xylo Concept a versé $940,776 à PlunDesign.

[6] Yuri Kruk Communication a versé $243,000 à PlunDesi gn.

Tableau 20 : Gosselin Communication - Flux monétaires (mai 1997 à septembre 1998)

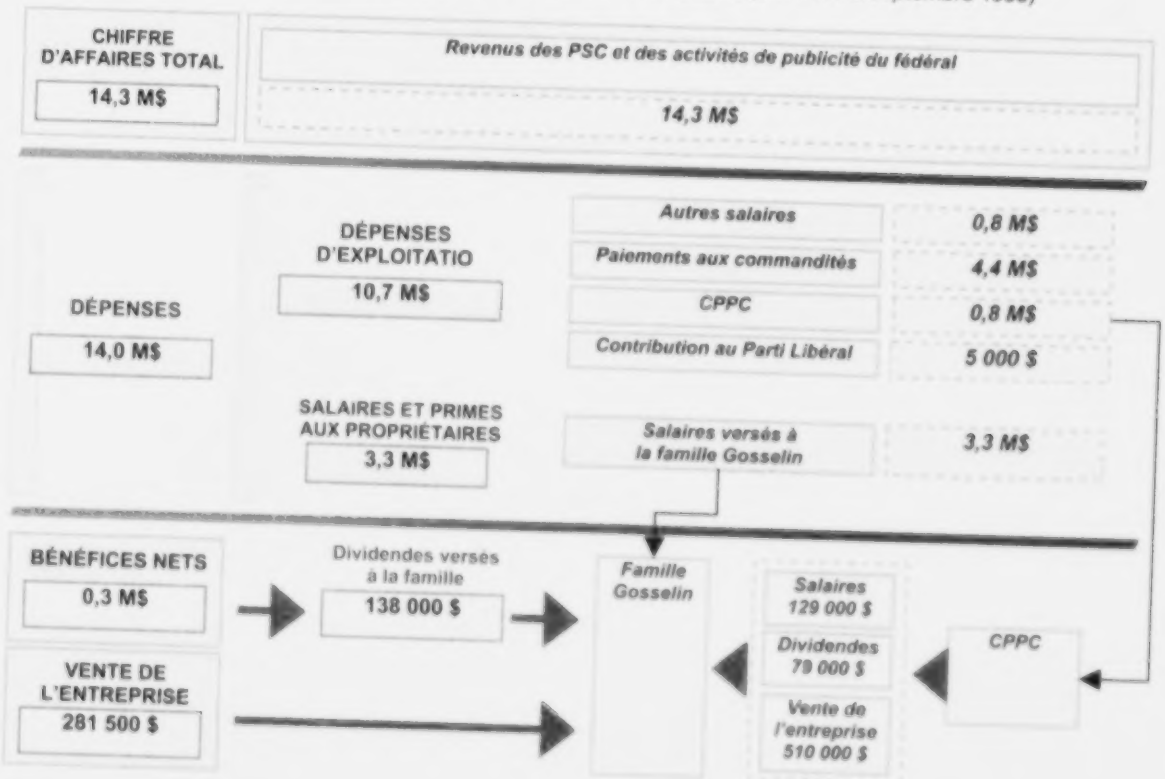
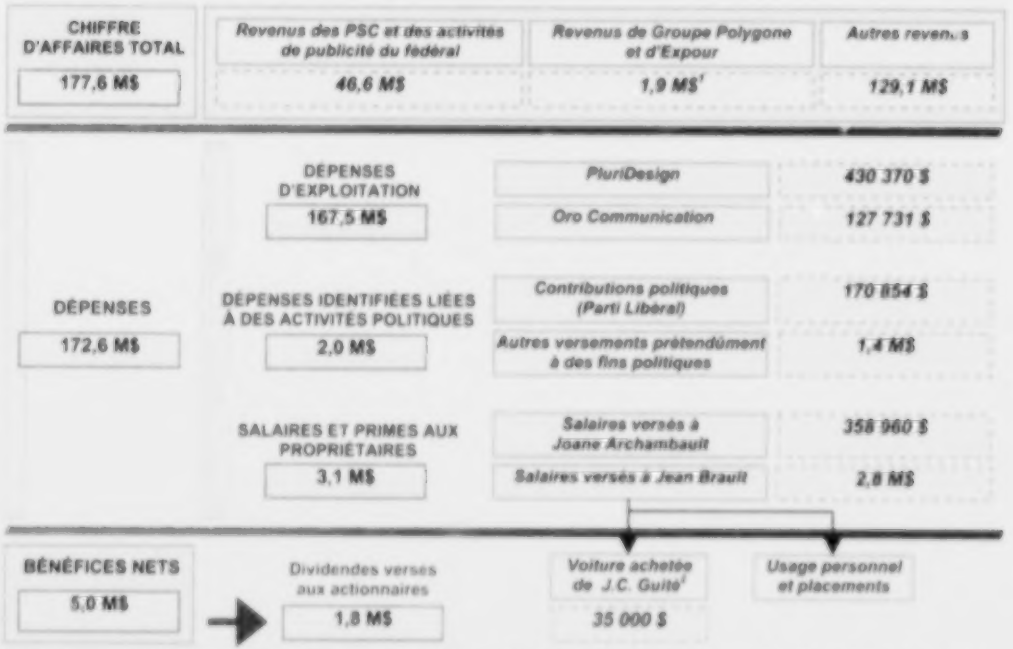


Tableau 21 : Groupaction - Flux monétaires (1996 à 2001)



[1] Les autres sociétés apparentées à Groupaction ont reçu 163 750 $ de Groupe Polygone et d'Expour pour un total de 2 097 800 $.

[2] La Société immobilière Alexism, contrôlée par Jean Brault, a également versé 25 000 $ à J.C. Guité.

Table 22 : Groupe Polygone et Expour - Flux monétaires (1997 à 2003)

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL 117,0 M$	*Revenus des PSC et des activités de publicité du fédéral* *38,6 M$*	*Revenus d'autres sources* *78,4 M$*
DÉPENSES 91,4 M$	*PluriDesign* *5,8 M$*	*Compagnies de J. Brault* *2,1 M$*
BÉNÉFICES AVANT IMPÔT 25,6 M$	*Bénéfices avant impôt* *25,6 M$*	
AUTRES FRAIS 11,5 M$	*Impôts sur le revenu* *8,9 M$*	*Pertes sur liquidation d'entreprises* *2,6 M$*

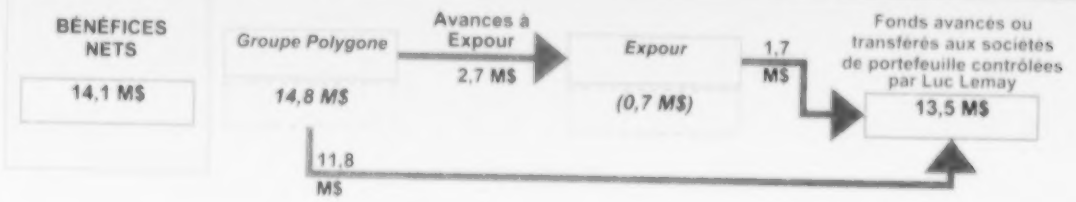


Tableau 23 : PluriDesign - Flux monétaires (1996 à 2004)

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	*Parti Libéral du Canada*	*Groupe Polygone et Expour*	*Revenus associés à Jean Lafleur*	*Groupaction*	*Autres sources*
10,1 M$	*1,2 M$*	*5,8 M$*	*1,8 M$*	*0,4 M$*	*0,9 M$*
DÉPENSES	*Salaires et primes : Jacques Corriveau*	*Frais de production*	*Contributions politiques (Parti Libéral)*	*Autres dépenses*	
8,7 M$	*4,4 M$*[1]	*2,2 M$*	*42,974 $*[2]	*2,1 M$*	
BÉNÉFICES AVANT IMPÔTS	*Bénéfices avant impôts*				
1,4 M$	*1,4 M$*				
IMPÔTS SUR LE REVENU	*Impôts sur le revenu*				
0,3 M$	*0,3 M$*				
BÉNÉFICES NETS	Dividendes versés à Jacques Corriveau Designer Inc. →				
1,1 M$	**1,1 M$**				

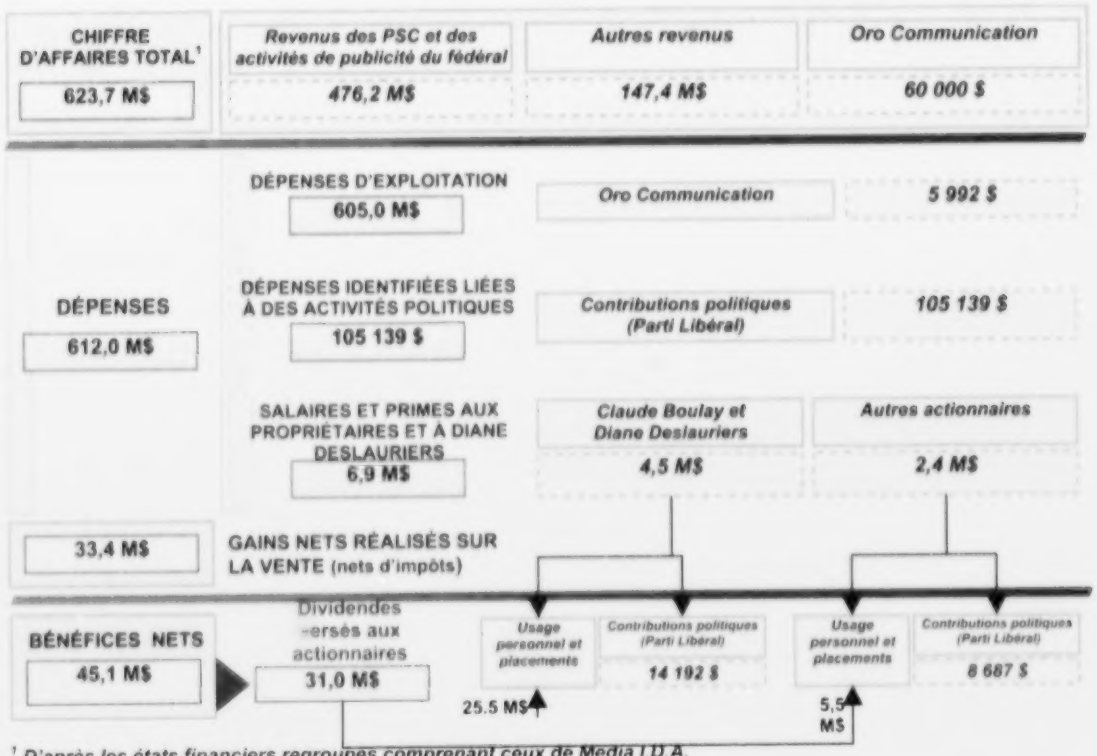
[1] Représente 0,5 M$ de salaires bruts, 1,8 M$ de bonis nets (1,6 M$ reversés dans la société de portefeuille) et 2,1 M$ en impôts payés sur les bonis.
[2] Autres contributions : PluriDesign 4 742 $ (1993-1995), Jacques Corriveau 2 541 $ (1993-2003), Madeleine Corriveau 2 027 $ (1993-2003) et Jacques Corriveau Designer Inc. 905 $ (1993-2003), pour un total de 53 189 $ (1993-2003)

Table 23a : Jacques Corriveau Designer Inc. - Flux monétaires (1996 à 2004)

PROVENANCE DES FONDS	*Réinvestissement des bonis après impôt reçus par Jacques Corriveau*	*Dividendes de PluriDesign*	*Réinvestissement des dividendes reçus par Jacques Corriveau*	*Autres avances de Jacques Corriveau*
3,3 M$	*1,6 M$*	*1,1 M$*	*0,4 M$*[1]	*0,2 M$*

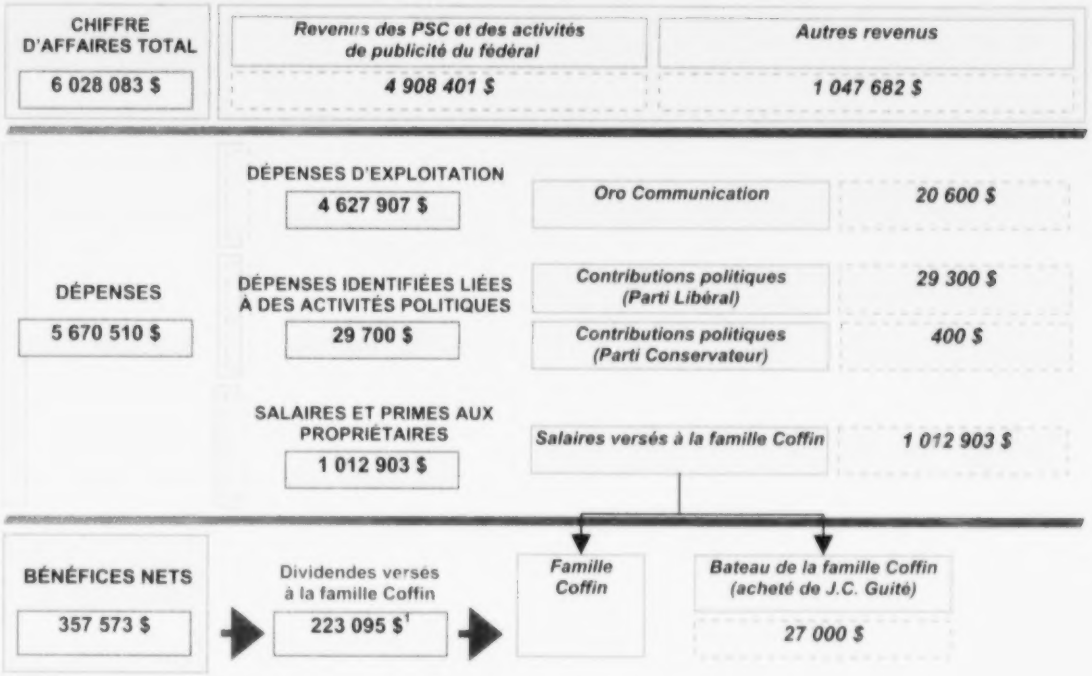
UTILISATION DES FONDS	*Liquidités et titres négociables laissés dans la société de portefeuille*	*Dividendes versés à Jacques Corriveau*	*Paiements pour rénovations domiciliaires*	*Autres versements à Jacques Corriveau*
3,3 M$	*2,4 M$*	*0,4 M$*[1]	*0,4 M$*	*0,1 M$*

Tableau 24 : Groupe Everest - Flux monétaires (1995 à 2002)



[1] *D'après les états financiers regroupés comprenant ceux de Media I.D.A. Vision*

Tableau 25 : Coffin - Flux monétaires (1996 à 2003)



[1] *130 595 $ payés en 1996 concernent des bénéfices antérieurs à 1996.*

Tableau 26 : Vickers and Benson Companies Ltd. (VCBL) - Flux monétaires (1996 à 2003)

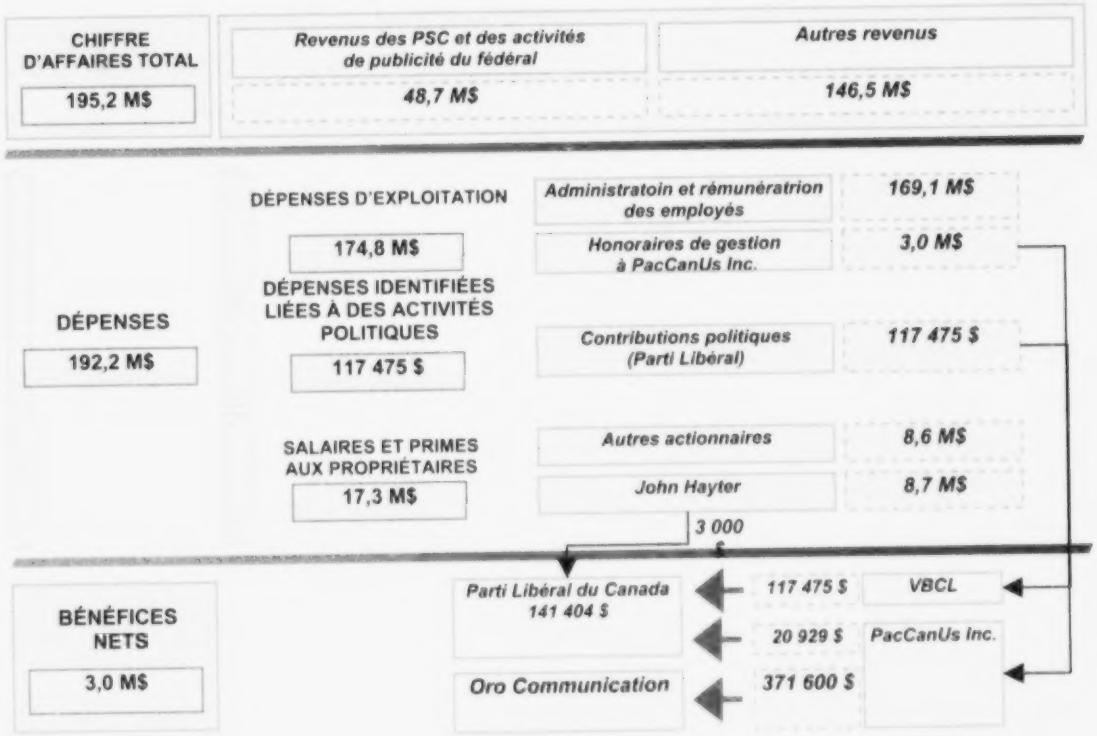


Table au 27 : BCP - Flux monétaires (1994 à 2003)

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	*Revenus des PSC et des activités de publicité du fédéral*	*Autres revenus*	*Dividendes reçus en 1994 and 1995*
90,7 M$	*37,8 M$*[1]	*51,3 M$*	*1,6 M$*
GAINS RÉALISÉS	GAINS RÉALISÉS SUR LA VENTE D'INVESTISSEMENTS (1996)		
12,4 M$			
	DÉPENSES D'EXPLOITATION		
	73,1 M$		
DÉPENSES	DÉPENSES IDENTIFIÉES LIÉES À DES ACTIVITÉS POLITIQUES	*Contributions politiques (Parti Libéral)*	*97 720 $*
80,3 M$	97 720 $		
	SALAIRES ET PRIMES AUX PROPRIÉTAIRES	*Salaires versés à Yves Gougoux*	*1,6 M$*
	1,6 M$		
BÉNÉFICES NETS	Dividendes versés aux actionnaires		
22,8 M$	20,3 M$[2]		

[1] *Inclut 15,4 M$ en revenus des Sociétés d'État.*
[2] *De ce montant, approximativement 6 M$ se rapporte aux dividendes payés au cours de la période où BCP a généré les revenus du fédéral mentionnés ci-dessus.*

5.3
Paiements effectués par les agences à des partis politiques ou pour le compte de ces derniers

Nous avons examiné les livres et dossiers comptables des agences ainsi que des sociétés et particuliers apparentés (dossiers auxquels nous avons pu accéder), de même que le site Internet d'Élections Canada afin de dresser une liste des paiements effectués par ces firmes de communication, entreprises et particuliers à des partis politiques ou pour le compte de ces derniers. Le tableau 28 donne la liste des prétendues contributions politiques, que ce soit directement ou indirectement pour le compte de ces partis.

Tableau 28 Contributions politiques effectuées par les agences (en millions $)

Firmes et parties apparentées	Directes	Indirectes[1]	Total
Lafleur	75 304		75 304
Gosselin	5 407		5 407
Groupaction[2]	170 854	1 763 587	1 934 331
PluriDesign Canada Inc.[3]	53 190		53 190
Expour/Groupe Polygone	23 361		23 361
Groupe Everest[4]	194 832		194 832
Coffin	29 300		29 300
Vickers & Benson[4]	151 659		151 659
BCP	97 720		97 720
Total	801 627 $	1 763 587 $	2 565 214 $

1 Selon les allégations de J. Brault, mais le montant total versé au Parti Libéral est inconnu.

2 Comprend Alleluia Design et Impact Splash.

3 Comprend J. Corriveau et sa famille.

4 Comprend les entreprises et les particuliers.

5.4
Gestion des contrats par les agences

Comme nous l'indiquons aux parties 8 à 16 de notre rapport, nous avons examiné les dossiers des agences auxquels nous avons eu accès pour certains événements. Nous avons relevé un certain nombre d'irrégularités potentielles et de problèmes d'affermage dans le cas des contrats gérés par les ministères fédéraux et par les agences. Comme nous le verrons plus en détail dans les parties traitant des différentes agences, nous avons constaté que ces dernières ont :

- facturé à TPSGC, pour des événements donnés, plus d'heures de services professionnels que ne l'indiquent leurs dossiers;
- facturé à TPSGC des honoraires qui avaient déjà été payés par le ministère ou par l'agence de référence;
- facturé TPSGC sur la base des devis de coûts approuvés (prix forfaitaire) tandis que le contrat exigeait que la facturation des heures effectuées, au taux horaire approuvé;
- facturé à TPSGC pour des coûts engagés antérieurement à l'entrée en vigueur des contrats;
- prélevé 17,65 % de commission sur le travail sous-traité à des parties apparentées;
- imposé des marges substantielles sur des articles promotionnels achetés auprès de fournisseurs apparentés et facturés à TPSGC;
- facturé les coûts de main-d'œuvre des sous-traitants au plein prix d'agence prévu dans les contrats plutôt qu'au coût réel majoré de 17,65 %;

- n'ont pas obtenu de devis compétitifs pour sélectionner des sous-traitants dans le cas de marchés de plus de 25 000 $;

- imposé une commission d'intermédiaire ou une commission simple aux bénéficiaires de commandites tout en percevant la commission d'agence de communication auprès de TPSGC.

6

Partie six

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — CONTRATS DES PSC

6.1
Provenance des fonds

Comme nous l'indiquons à la partie 3.1, notre analyse des fonds du gouvernement du Canada a montré que, durant la période allant du 1er avril 1994 au 31 mars 2004, 355 millions de dollars ont été affectés et transférés à SPROP/DGSCC pour le paiement de contrats des PSC. Le diagramme précise la provenance des fonds en question.

Tableau 29 : Provenance des fonds reçus pour les contrats des PSC
(en millions $)

6.1.1 Budget de fonctionnement de TPSGC - 197 millions de dollars

Comme l'indique le diagramme ci-dessus, l'une des principales sources de fonds ayant servi au paiement des contrats des PSC a été le budget annuel de TPSGC.

Le tableau ci-après résume notre compréhension générale du processus budgétaire annuel.

Processus d'établissement des budgets ministériels du gouvernement du Canada

1. En octobre/novembre, en prévision de la nouvelle année financière débutant le 1er avril, les ministères présentent des présentations au CT pour demander l'approbation annuelle de leur budget. Ce processus, appelé « Mise à jour annuelle des niveaux de référence » (MJANR), constitue la base d'établissement du budget principal des dépenses des ministères, lequel fait partie du plan de dépenses du gouvernement du Canada appelé cadre budgétaire ou cadre financier[5].

2. Chaque année, le parlement approuve le budget principal des dépenses des ministères qui constitue leur autorisation de dépenser (crédits).

3. En outre, le parlement reçoit des Rapports sur les plans et les priorités (RPP) qui sont les plans de dépenses individuels des ministères.

4. Le niveau de l'autorisation de dépenser qu'un ministère utilise est contrôlé par le CT. Par exemple, le parlement pourrait avoir approuvé 2 milliards de dollars de dépenses pour le TPSGC mais le CT pourrait retenir une partie de cette somme et n'accorder à TPSGC que le droit de dépenser 1,9 milliard. La somme retenue est appelée « affectation bloquée ».

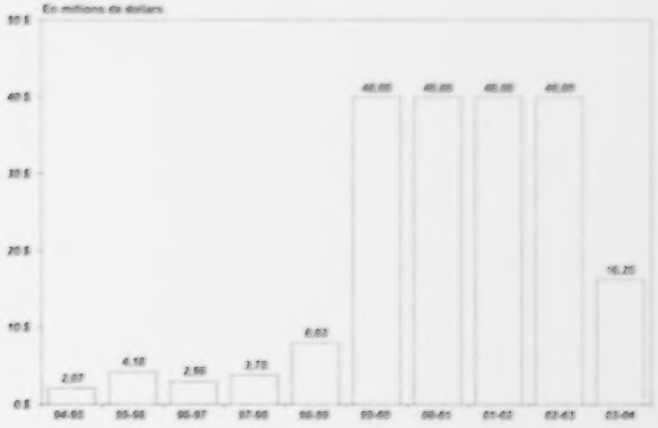
5. Nous croyons comprendre que, sur la base de l'autorisation de dépenser accordée par le CT, TPSGC établit le budget de chacune de ses directions générales et que l'on fixe ensuite le budget de chacun des services au sein des directions générales.

6. Si un ministère souhaite, en cours d'année, accroître son autorisation de dépenser, il doit présenter une nouvelle présentation au CT. Il n'est pas nécessaire d'adresser une demande au parlement s'il existe une affectation bloquée de l'autorisation de dépenser originelle du parlement suffisante pour couvrir l'augmentation réclamée. Dans le cas contraire, il faut adresser au parlement une demande de budget supplémentaire.

[5] Selon l'énoncé de la preuve du CT, pièce P-10.

Le tableau suivant présente le financement annuel des PSC à partir des budgets de TPSGC/Communications Canada :

Tableau 30 : Sommaire des budgets de TPSGC/
Communication Canada affectés aux initiatives des PSC



Les sommes indiquées pour les années financières 1994-1995 à 1997-1998 correspondent aux budgets d'exploitation des « Programmes spéciaux » de SPROP/DGSCC inclus dans le budget de fonctionnement de TPSGC. Nous avons calculé ces sommes en examinant les registres comptables du compte des Programmes spéciaux.

En 1998-1999, le budget originel accordé aux PSC est passé de 3,03 millions à 8,03 millions de dollars. Cette augmentation de 5 millions de dollars a été accordée à la suite d'une présentation au CT et faisait partie d'un budget des dépenses supplémentaire approuvé par le parlement.

Les sommes mentionnées dans le tableau pour les années 1994-1995 à 1998-1999 n'étaient pas explicitement précisées dans les détails des budgets inclus dans les rapports sur les plans et les priorités (RPP) présentés au parlement.

Pour les années financières 1999-2000 à 2001-2002, les approbations du CT indiquaient que 40 millions de dollars par an étaient accordés à TPSGC pour les PSC. Cette somme faisait partie du budget global de la DGSCC, mais elle n'était pas explicitement mentionnée ou isolée dans le RPP de TPSGC qui avait été adressé au parlement pour obtenir l'approbation du budget global du gouvernement du Canada.

En septembre 2001, les fonctions de la DGSCC ont été transférées à Communications Canada. Le budget annuel de 40 millions de dollars des PSC a également été transféré sur la base de documents du CT. Dans le RPP de Communications Canada, les 40 millions de dollars n'ont pas été séparés du reste des dépenses mentionnées dans le RPP pour 2002-2003. Pour l'année financière 2003-2004, le RPP adressé au parlement indiquait que 30,25 millions de dollars inclus dans le budget principal des dépenses de Communications Canada concernaient des contributions prévues pour appuyer des activités et des projets destinés à mieux faire connaître et apprécier l'identité canadienne et à développer la sensibilisation sociale. Cette somme a ensuite été réduite de 11 millions de dollars après l'établissement d'une affectation bloquée par le CT. La somme a, de nouveau, été réduite de 3 millions de dollars dans le cadre d'un budget des dépenses supplémentaire qui transférait les fonds à un programme de subventions nouvellement créé. Ces divers ajustements expliquent le budget de 16,25 millions de dollars.

6.1.2 Transferts interministériels - 6 millions de dollars

Comme l'indique l'annexe 1, pour la période allant de 1994-1995 à 2003-2004, nous avons cerné deux années durant lesquelles SPROP/DGSCC a reçu des crédits supplémentaires pour les PSC d'autres directions générales de TPSGC, et nous avons isolé trois années durant lesquelles les sommes disponibles pour les PSC ont été transférées à d'autres directions générales de TPSGC.

Dans les années financières 1997-1998 et 1998-1999, ce sont respectivement 2 millions et 8,48 millions de dollars qui ont été transférés d'autres directions générales de TPSGC à SPROP/DGSCC pour le paiement des PSC. Les

sommes susmentionnées pour les deux années mentionnées provenaient du compte de réserve des services ministériels de TPSGC. Ni M. Guité ni M. Tremblay n'étaient autorisés à utiliser le compte de réserve des services ministériels. Les documents mis à notre disposition pour l'année financière 1998-1999 montrent que 7,1 millions des 8,48 millions de dollars ont été approuvés par le sous-ministre de TPSGC sur la base de discussions avec le ministre de TPSGC, M. Gagliano.

En 1999-2000, 3,075 millions de dollars de transferts des années précédentes ont été remboursés par la DGSCC, ce qui a occasionné une réduction du budget global disponible pour les initiatives de commandites.

Pour 2000-2001 et 2001-2002, des sommes additionnelles de 139 900 $ et 1,12 million de dollars respectivement ont été retirées des fonds disponibles pour les initiatives de commandites. Sur ce total, 1,11 million de dollars a été transféré pour financer les contrats publicitaires considérés comme ne faisant pas partie du compte des Programmes spéciaux. Le solde a été utilisé pour rembourser des dépenses engagées en dehors du compte des Programmes spéciaux.

6.1.3 Fonds de la Réserve pour l'unité - 112 millions de dollars

Dans le cadre des audiences du Comité des comptes publics sur le Programme des commandites, le CT a présenté une comptabilité de la Réserve pour l'unité. On trouvera une copie de ce tableau à l'appendice G. Le résumé du CT indique que 660,1 millions de dollars de la Réserve pour l'unité ont été utilisés durant la période allant de 1994-1995 à 2003-2004. Sur cette somme, 111,8 millions de dollars ont été affectés à TPSGC par le truchement de présentations au CT pour le paiement des PSC.

Le tableau ci-après résume nos constatations relativement au processus d'affectation des fonds de la Réserve pour l'unité à TPSGC pour le financement des PSC.

Tableau 31 : Sommaire des transferts annuels de la Réserve pour l'unité à TPSGC au titre des initiatives des PSC

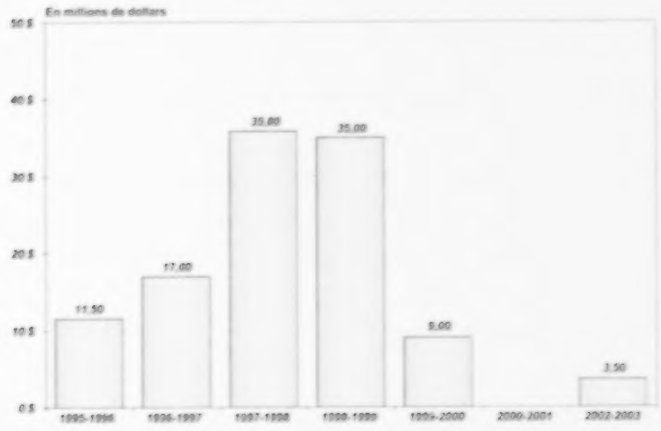
Exercice financier	Montant	Mécanisme	Autorisation	Remarques
1995-96	11 500 000 $	Deux soumissions séparées au CT • 10 millions $, et • 1,5 million $	• Premier ministre du Canada • CT	• Les approbations du CT indiquent des fonds concernant des « activités publicitaires et de recherche en opinion publique reliées à l'unité canadienne » • La soumission mentionne des besoins financiers concernant les « priorités de communications du gouvernement du Canada » • Comprenait une liste de projets devant être financés
1996-97	17 000 000 $	Une seule soumission au CT pour 17 millions $ en 1996-97 et $17 millions $ en 1997-98 • Affectation bloquée pour 1996-97	• Premier ministre du Canada 1 • CT	
1997-98	35 800 000 $	Deux soumissions séparées au CT • 17 millions $ (inclus dans Budget principal de TPSGC pour 1997-98), et • 18,8 millions $ (via Budget supplémentaire)	• Premier ministre du Canada • Parlement • CT • Premier ministre du Canada • Parlement	
1998-99	35 000 000 $	Le CT a approuvé l'inclusion dans le Budget principal de TPSGC sous « Autres dépenses d'exploitation »	• Premier ministre du Canada • Parlement • CT	• Budget principal approuvé par le parlement • Financement reçu par deux notes de service du Bureau du Conseil privé (« BCP ») au CT indiquant que le PM a approuvé des affectations respectives de 17 et 18 millions $
1999-00	9 000 000 $	Soumission au CT • Affectation bloquée	• Premier ministre du Canada • CT	
2001-02	3 500 000 $	Soumission au CT puis Budget supplémentaire	• Premier ministre du Canada • CT	• Autorisation par deux notes de service du BCP (2 et 1,5 millions $ respectivement) confirmant l'approbation du PM
	111 800 000 $			

L'autorisation du premier ministre a été obtenue par sa signature approuvant la présentation au CT.

L'autorisation du premier ministre est indiquée dans un mémoire du BCP.

Le tableau 32 illustre les transferts annuels directs de la Réserve pour l'unité à TPSGC, au titre des contrats des PSC.

Tableau 32 : Sommaire des affectations de la Réserve pour l'unité en faveur de TPSGC pour les initiatives des PSC



Les présentations au CT n'indiquaient pas que les affectations étaient destinées au « Programme des commandites », mais plutôt (comme à l'accoutumée) qu'elles étaient destinées à répondre aux priorités du gouvernement du Canada en matière de communications, ce qui comprenait la recherche en opinion publique, la publicité et la participation à des événements spéciaux reliés à l'unité ou à la présence fédérale. Dans les premières présentations au CT (1995-1996 à 1997-1998), les PSC devant faire l'objet d'un financement étaient mentionnées dans des pièces jointes adressées au SCT.

6.1.4 Bureau d'information du Canada - 21,9 millions de dollars

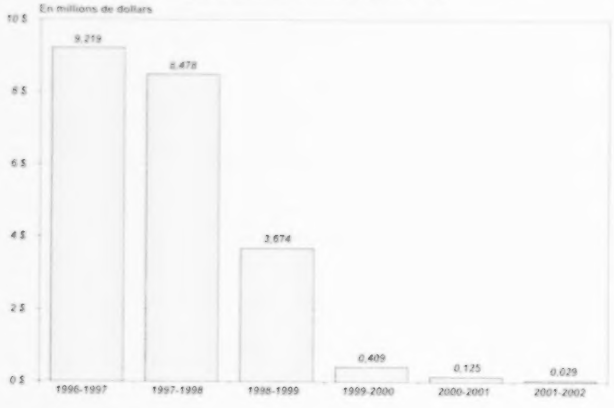
Sur le total de 660,1 millions de dollars affectés à partir de la Réserve pour l'unité, pour les années financières 1996-1997 à 2003-2004, quelque 130 millions de dollars ont été affectés au BIC. Sur la base des documents disponibles pour nos investigations, nous pouvons dire que, durant les années où les PSC ont reçu des fonds du BIC, le budget de fonctionnement du BIC a été entièrement financé par la Réserve pour l'unité.

Le BIC a été créé en juillet 1996 et était à l'origine un ministère faisant partie du portefeuille du ministre de Patrimoine canadien. Il a été transféré au portefeuille du ministre de TPSGC en juin 1998. Nous avons pris note de cet extrait du RPP de 1999-2000 du BIC concernant le mandat de l'organisme :

> [Traduction] « Le gouvernement du Canada a donné au BIC le mandat de fournir aux Canadiens des informations sur le Canada et sur les initiatives, programmes et services du gouvernement du Canada. Pour ce faire, le BIC contribue à l'élaboration et à l'exécution de projets destinés à rehausser les communications entre le gouvernement et les citoyens. »

Le tableau 33 illustre les crédits dispensés annuellement à TPSGC par le BIC à l'égard des PSC.

Tableau 33 :Sommaire des transferts annuels du BIC pour les initiatives des PSC



Quand on ajoute le total de ces crédits aux transferts directs de la Réserve pour l'unité, on constate qu'au moins 133,73 millions de dollars des fonds des PSC provenaient de la Réserve pour l'unité. Nous constatons que d'autres ministères ayant reçu des affectations de la Réserve pour l'unité ont également fourni des crédits pour les PSC (voir partie 6.1.5).

Typiquement, les transferts provenant du BIC étaient documentés par une lettre d'entente entre SPROP/DGSCC et le BIC indiquait les événements

ou activités devant être financés. En général, les lettres d'entente étaient approuvées par le directeur général de SPROP/DGiSCC (M. Canté ou M. Tremblay) et par le directeur des Finances, de l'administration et des ressources humaines du BIC.

À l'examen des justificatifs des montants transférés par le BIC, nous avons constaté que, dans certains cas, des fonds étaient affectés par le BIC pour un événement déjà dénombré et pour lequel des fonds avaient déjà été attribués au moyen d'une présentation au CT, le résultat étant que des fonds étaient affectés à TPSGC à partir de la Réserve pour l'unité. Par exemple, pour l'année financière 1996-1997, le BIC a affecté une somme totale de 3 millions de dollars à sept événements qui précisément étaient financés grâce à l'affectation de 17 millions de dollars de 1996-1997 de la Réserve pour l'unité. Ce financement « en double » a donné des fonds pour des événements qui n'étaient mentionnés ni dans la présentation au CT utilisée pour obtenir l'affectation de la Réserve pour l'unité, ni dans la demande de fonds au BIC.

6.1.5 Autres ministères fédéraux - 16,5 millions de dollars

Notre examen a montré que, durant la période allant de 1995-1996 à 2002-2003, les PSC ont reçu approximativement 16,6 millions de dollars d'autres ministères fédéraux à l'égard de contrats/directives mis en place par le SPROP puis la DGiSCC. Le tableau 34 résume le transfert de fonds d'autres ministères fédéraux à TPSGC pour les contrats des PSC.

Tableau 34 : Sommaire des transferts provenant d'autres ministères pour les initiatives des PSC (en millions $)

	Autres ministères fédéraux
Patrimoine canadien	8,51 $
Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec	0,44 $
Bureau du Canada pour le millénaire	1,62 $
Industrie Canada	1,52 $
Développement des ressources humaines Canada	1,30 $
Santé Canada	1,15 $
Autres / Inconnu	2,08 $
	16,5 $

Programmes spéciaux et de commandites
355 $

Les fonds reçus des divers ministères ont été calculés à partir d'une analyse des documents disponibles de TPSGC. Les transferts des autres ministères avaient été enregistrés comme des « recouvrements » dans le système comptable de TPSGC et avaient servi à financer des initiatives de commandites payées à même le compte des Programmes spéciaux.

La documentation disponible susceptible d'expliquer les transferts n'est pas uniforme. Dans certains cas, la correspondance entre le ministère et TPSGC est disponible et le projet particulier auquel s'applique le recouvrement peut être établi. Dans d'autres cas, les registres comptables internes, accessibles à TPSGC, indiquent la source du recouvrement sans préciser le projet. Parfois aussi, les documents indiquent qu'il y a eu un recouvrement, mais sans préciser le projet particulier et le ministère concernés. Enfin, des documents peuvent indiquer que le recouvrement a eu lieu, mais rien n'est dit quant aux projets ou aux ministères concernés par ce recouvrement.

Lorsque des documents existent au sujet du transfert entre le ministère et TPSGC, la lettre d'entente entre le ministère et TPSGC précise généralement l'objectif du transfert. Par exemple, en 1998-1999, on indique que le transfert de 1,3 million de dollars provenant de Développement des ressources humaines Canada concerne « de la recherche, de la production et du placement média pour la première publicité du Programme d'information sur les journaux communautaires ». Une justification semblable est fournie pour les transferts de 1 million et de 1,4 million de dollars la même année de Santé Canada à Industrie Canada.

6.1.6 Réserve de fonctionnement - 1,5 million de dollars

Comme dans le cas de la Réserve pour l'unité, il existait au sein du cadre financier du gouvernement du Canada une Réserve de fonctionnement. En décembre 1995, le CT a reçu une présentation du BCP, de Patrimoine canadien et de TPSGC sollicitant, dans le cadre d'une présentation globale de 6 millions de dollars, « un montant de 1,5 million de dollars pour financer de la publicité et de la recherche d'opinion publique concernant l'unité nationale et le renforcement de la fédération » au nom de TPSGC. La présentation porte la signature du premier ministre du Canada parce que nous

croyons comprendre qu'il détenait le pouvoir de décision dans le cas de la Réserve de fonctionnement et dans celui de la Réserve pour l'unité. Il ressort des documents disponibles que 25 millions de dollars étaient disponibles dans la Réserve pour l'unité pour 1995-1996 mais que la totalité de cette somme avait déjà été affectée au moment de cette demande de financement. De ce fait, on a utilisé la Réserve de fonctionnement pour financer la présentation au CT.

6.2 Utilisation des fonds des PSC

6.2.1 Acheminement des fonds aux agences

Avant le 1er avril 1998, les événements des Programmes spéciaux et de commandites faisaient l'objet d'un contrat entre la DGSCC et l'agence de communication.

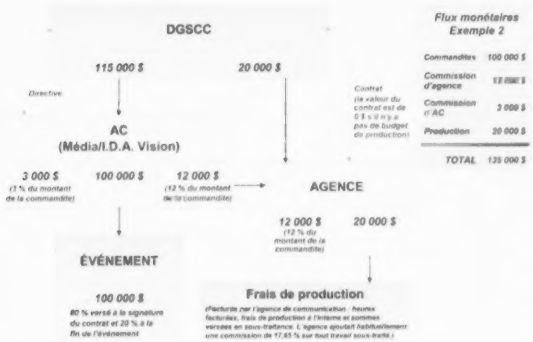
Un contrat de commandite était signé entre la DGSCC et l'agence de communication et il comprenait normalement des montants pour une commandite, pour une commission d'agence égale à 12 % de la valeur de la commandite, et pour un budget de production. On trouvera ci-après une illustration de l'arrangement contractuel et de l'acheminement des fonds. Durant cette période, la plupart des contrats concernaient des événements multiples. Le tableau 35 illustre les modalités contractuelles et les flux financiers vers les agences.

Tableau 35 : Modalités contractuelles et flux monétaires des PSC avant le 1er avril 1998

Après le 31 mars 1998, des agences de référence (AR) ont été intégrées dans le processus pour remplir le rôle de centrale d'achat d'espace médiatique. En février 1995, c'est Genesis Media qui a été choisie comme AR pour le gouvernement du Canada et a joué ce rôle pour les contrats publicitaires du gouvernement.

Le 31 mars 1998, la DGSCC a signé un nouveau contrat d'AR avec Média/I.D.A. Vision, afin de retenir ses services comme agence de référence à la fois pour la publicité et pour les commandites. Jusqu'au 27 mai 2002, date d'entrés en vigueur du moratoire temporaire sur les activités de commandites imposé par le gouvernement du Canada, des « directives » étaient signées entre la DGSCC et l'agence de référence pour des montants correspondant à la valeur des commandites. Venait s'ajouter à cela la commission de l'agence de communication (12 % du montant de la commandite) et les honoraires d'agence de référence (3 % de la valeur de la commandite) pour les commandites de plus de 25 000 $, et des « Contrats » étaient signés entre la DGSCC et l'agence de communication pour le budget de production. Si aucun budget de production n'était prévu pour un événement, un contrat de valeur égale à zéro était accordé à l'agence de communication parce que celle-ci avait toujours la responsabilité de gérer l'événement, et elle touchait pour cela sa commission de 12 %. Les événements de commandites de moins de 25 000 $ pouvaient faire l'objet d'un contrat direct avec l'agence de communication sans intervention de l'agence de référence. Dans ce cas, le contrat passé avec l'agence de communication comprenait un montant pour la commandite, la commission de 12 % d'agence de communication et un budget de production. Le tableau 36 illustre ces modalités contractuelles et les flux financiers.

Tableau 36 : Modalités contractuelles et flux monétaires des PSC avec l'AC, du 1er avril 1998 au 27 mai 2002

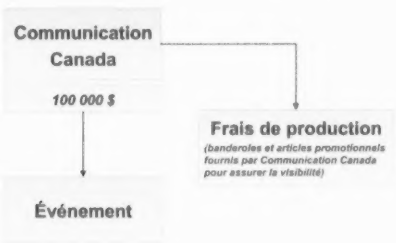


Le programme de commandites a été suspendu entre le 27 mai et le 2 juillet 2002.

Entre le 3 juillet 2002, date où il a été rétabli, et décembre 2003, lorsqu'il a été définitivement aboli, les agences de communication et les agences de référence ont été éliminées du processus des commandites et celles-ci ont été gérées à l'interne par le gouvernement du Canada, par le truchement de Communications Canada.

Le tableau 37 illustre les modalités contractuelles et les flux financiers après le 3 juillet 2002, quand Communications Canada a pris le relais pour l'administration des contrats des PSC.

Tableau 37 : Gestion des commandites par Communication Canada à partir de 2002



6.2.2 Contrats des Programmes spéciaux et de commandites

Nous avons retrouvé des contrats d'une valeur totale de 332 millions de dollars qui ont été accordés pour des commandites, de la recherche en opinion publique, des projets spéciaux, de la publicité et l'achat d'articles promotionnels. Comme nous l'avons indiqué, nous avons regroupé ces contrats et, dans le cadre de ce rapport, nous les désignons par l'expression « contrats des Programmes spéciaux et commandites (PSC) ». Nous avons regroupé ces contrats parce qu'ils étaient financés à même des ressources affectées au Secteur de la publicité et de la recherche sur l'opinion publique (SPROP) qui est devenu ensuite la Direction générale des services de coordination des communications (DGSCC) puis, à partir de septembre 2001, Communications Canada.

Les dépenses des PSC ont été comptabilisées dans le compte des « programmes spéciaux » administré par TPSGC avant que les fonctions de la DGSCC ne soient transférées à Communications Canada, en septembre 2001. Le compte des programmes spéciaux relevait de M. Guité, alors directeur de SPROP/DGSCC et, plus tard, de M. Tremblay quand celui-ci a pris la relève.

Ces dépenses ne sont pas les mêmes que celles des activités publicitaires typiques du gouvernement du Canada qui faisaient l'objet de contrats de SPROP/DGSCC, mais n'étaient pas payées par cette organisation. Les paiements des activités publicitaires typiques du gouvernement du Canada étaient approuvés par le ministère pour qui la publicité était faite. Nous traitons à la partie 7 de ce rapport du financement des dépenses publicitaires.

Nous avons dressé une liste détaillée des « contrats » et des « directives » des PSC émis par SPROP/DGSCC et Communications Canada de 1994-1995 à 2003-2004. Cette liste se trouve à l'annexe 2, classée par année et par numéro de contrat. L'annexe 3 donne la même information, classée par agence. Nous sommes partis d'une liste de 721 activités commanditées (1997-2001) préparée par TPSGC, et d'une base de données (1997-2004) tenue par Communications Canada.

Afin de vérifier et de compléter cette liste, nous nous sommes essentiellement fondés sur les informations disponibles, composées de listes internes préparées par le SPROP, la DGSCC et Communications Canada et de copies des « contrats » et des « directives » venant de TPSGC. Lorsque ces documents ne contenaient pas assez d'informations sur la nature des services ou des événements commandités, nous avons également consulté les Demandes de biens et de services (Formulaire 9200) accompagnant les contrats, ainsi que la correspondance connexe se trouvant dans les dossiers du gouvernement et dans ceux des agences.

Pour les années financières 2001-2002 à 2003-2004, nous avons dressé la liste en nous fondant uniquement sur la base de données fournie par Communications Canada.

Cette liste, présentée à l'annexe 2, comprend des « contrats » et des « directives » commençant par EN771 (pour 1994-1995 à 1998-1999), EP043 (pour 1999-2000 à 2001-02) ou 6C523 (pour 2002-2003), ces codes désignant, si nous avons bien compris, les « contrats » et « directives » des PSC. Pour 2003-2004, nous n'avons pas de numéros de contrats car ceux-ci ne figuraient pas dans la base de données de Communications Canada.

6.2.3 Nature des dépenses des PSC

Notre examen de la nature des dépenses des PSC indique que des fonds ont été déboursés par le gouvernement du Canada pour un large éventail d'activités et d'événements. La description de la destination prévue des fonds, pour les contrats des PSC, apparaît dans les documents mentionnés ci-après.

Voici ce qu'on peut lire à la rubrique « Contexte » de l'annexe A d'une présentation au Conseil du trésor signée par la ministre de Travaux publics et services gouvernementaux, Diane Marleau, et le Premier ministre, Chrétien, et approuvée le 21 novembre 1996 (p.-12 (A) onglet C) :

« Les résultats de la campagne référendaire au Québec nous indiquent clairement que le gouvernement fédéral doit poursuivre la promotion de ses programmes et services. En vue de coordonner la planification, la recherche et l'élaboration de sa position envers ses programmes et services de, et que ces dernières soient communiquées de façon efficace partout au Canada. »

La présentation au CT demandait des ressources additionnelles de 17 millions de dollars pour 1996-1997 et aussi pour 1997-1998. Il est dit, à l'annexe A, que :

« Les ressources seront réparties entre les trois secteurs suivants :

- recherche sur l'opinion publique en ce qui a trait aux groupes témoins, à la recherche primaire et à l'évaluation des campagnes;

- extension des achats dans les médias pour les campagnes en voie de développement en vue d'obtenir une meilleure portée et de créer un plus grand impact sur le groupe cible; et

- participation à des événements spéciaux pour la promotion des différents programmes et services afin d'assurer une présence fédérale soutenue, efficace et efficiente partout au Canada. »

On précisait de plus dans le « Sommaire » de la présentation au CT que :

« Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) demandent des fonds supplémentaires d'un total de 34 M$, pour les deux prochaines années, afin d'appuyer les priorités du gouvernement du Canada en matière de communication.

Le Secteur de la publicité et de la recherche sur l'opinion publique (SPROP), de TPSGC, est responsable, entre autres activités, de mettre en oeuvre un projet du gouvernement du Canada visant à promouvoir tous ses programmes, politiques et services au moyen de commandites. Les événements sont choisis en fonction de l'auditoire, de la visibilité, de la date et de l'incidence éventuelle sur les programmes du gouvernement utilisé à ces événements. »

On peut lire dans le rapport de novembre 2003 de la vérificatrice générale à la Chambre des communes que le « Programme de commandites » a été créé en 1997 et que :

> - Les commandites sont des dispositions utilisées par le gouvernement du Canada pour fournir à des organisations des ressources financières pour appuyer des événements culturels et communautaires. En contrepartie, les organisations acceptaient de donner de la visibilité en utilisant, par exemple, le mot-symbole « Canada » et d'autres symboles comme le drapeau canadien lors de leurs événements et sur leurs articles promotionnels. » (paragraphe 3.6)
>
> - Les commandites visaient à promouvoir une image favorable du gouvernement en lui permettant de s'associer à des événements populaires et à des organisations dans des domaines comme le sport et la culture. Elles visaient aussi à accroître la présence et la visibilité du fédéral dans les collectivités canadiennes. » (paragraphe 3.7)

Nos commentaires sur chaque catégorie d'événements mentionnée au tableau 8 de la partie 3.2.3 se trouvent à l'appendice F.

6.3
Analyse d'un échantillon de contrats des PSC

6.3.1 Échantillon de contrats des PSC

Comme nous l'indiquons à la partie 6.2.2, Kroll a dressé une liste des contrats des PSC. Celle-ci donne les détails des placements médias, des commandites, des commissions d'agence et des coûts de production tels qu'ils apparaissent dans les documents contractuels.

Sur les 332 millions de dollars mentionnés à la partie 3.2.1, 305 millions concernaient des contrats gérés par les agences de communication. On trouvera au tableau 6 une ventilation de ces contrats par année, ainsi qu'une indication des années dans lesquelles Kroll a sélectionné son échantillon pour faire un examen détaillé.

Tableau 38 : Sommaire de la ventilation par année - Contrats gérés par les agences (en millions $)

Année	Placement média	Commandites	Commission d'agence[9]	Production	Total
1994-95	0,74	-	0,13	1,20	2,07
1995-96	6,79	1,76	1,38	12,03	21,96
1996-97	1,55	2,38	0,29	26,57	30,79
1997-98	4,75	22,58	2,91	21,31	51,55
1998-99	6,27	23,61	4,63	26,90	61,41
1999-00	-	25,84	3,78	17,86	47,48
2000-01	-	25,41	3,76	10,81	39,98
2001-02	-	30,25	4,54	5,77	40,56
2002-03	-	8,00	1,19	0,11	9,30
Total	20,10 $	139,83 $	22,61 $	122,56 $	305,10 $

Le tableau 39 donne la valeur des contrats examinés par Kroll, par catégorie de contrat.

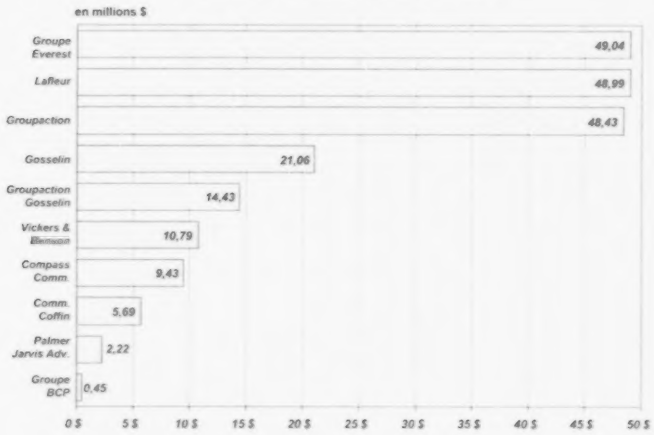
Tableau 39 : Détail des contrats échantillonnés dans le cadre de l'examen de Kroll (en millions $)

Année	Placement média	Commandites	Commission d'agence	Production	Total
1996-97	1,05	0,96	0,10	22,74	24,85
1997-98	4,36	22,41	2,82	20,34	49,93
1998-99	0,55	22,41	3,43	26,28	52,67
1999-00	-	24,70	3,63	17,51	45,84
2000-01	-	24,30	3,63	9,32	37,25
Total	5,96 $	94,78 $	13,61 $	96,19 $	210,54 $

Le tableau 40 concerne les agences de communication ayant obtenu les contrats examinés par Kroll.

[9] Les Commissions d'agence s'entendent des commissions prévues aux contrats pour les placements média ainsi que des commissions prélevées sur les commandites.

Tableau 40 : Agences de communication ayant obtenu des contrats examinés par Kroll



6.3.2 Montants consacrés aux commandites

Kroll a examiné toutes les factures associées à chaque contrat, notamment celles liées à la partie commandites, pour les années 1996-1997 et 1997-1998, soit avant que les agences de référence ne participent au marché des commandites, et ce pour les contrats que nous avons sélectionnés aux fins d'examen.

En 1996-1997, dans pratiquement tous les contrats des PSC, le montant complet du contrat était traité comme s'appliquant à un contrat de production. L'examen des factures a montré que, dans bien des cas, les montants facturés étaient justifiés par des factures de l'organisme commandité. Nous avons classé ces éléments dans la catégorie des commandites plutôt que dans celle de la production. Au total, pour 1996-1997, nous avons classé 4,42 millions de dollars de plus dans la catégorie des commandites que ce qui avait été indiqué dans les contrats, c'est-à-dire :

- 880 000 $ de fonds payés pour appuyer diverses courses automobiles professionnelles;
- 536 000 $ facturés en relation avec les Expos de Montréal;
- 575 000 $ facturés en relation avec les Canadiens de Montréal.

Pour les années 1998-1999 à 2000-2001, où les sommes de commandites ont transité par les agences de référence, Kroll a examiné en détail les montants reçus par les AR et ceux qu'elles ont payés au titre des commandites. Nous avons ainsi examiné les commandites supérieures à 25 000 $, administrées par les agences de communication, et celles de moins de 25 000 $ qui comprenaient un élément production.

Afin de préparer notre analyse, nous avons considéré que seuls les montants facturés aux agences de communication par les organismes commandités, mentionnés dans les contrats, relevaient du programme de commandites. En outre, les coûts de production et autres, facturés aux agences de communication par les organismes commandités, indiqués dans les contrats, ont été considérés comme des sommes versées au titre de la sous-traitance. Nous avons considéré que toutes les factures pertinentes indiquant un versement à une tierce partie correspondaient à du travail que l'agence de communication avait sous-traité.

6.3.3 Analyse des commissions et des coûts de production des agences

Kroll a effectué une analyse détaillée des factures et des justificatifs utilisés pour facturer TPSGC à l'égard d'un échantillon de ces contrats. Notre échantillon comprenait pratiquement la totalité des contrats incluant des coûts de production pour les années financières 1996-1997 à 2000-2001.

Notre examen détaillé des factures disponibles et des justificatifs de notre échantillon de contrats nous a fourni d'autres informations sur les sommes gagnées à titre de commissions et les sommes dépensées par les agences pour des sous-contrats accordés à des parties apparentées et à des parties non apparentées. Nos constats à cet égard sont résumés au tableau 41.

Tableau 41 : Sommaire des contrats des PSC échantillonnés et examinés par Kroll (en millions $)

	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	Total	Pourcentage
Commandites	5,38	18,39	22,79	24,74	24,30	95,60	45,4 %
Sommes facturées pour du travail effectué par les agences et entités apparentées							
Commissions d'agence sur commandites	0,61	2,16	2,73	2,95	2,92	11,37	
Production des agences	1,60	3,72	,91	,15	-	6,38	
Heures de travail facturées	3,58	5,72	7,00	5,35	1,58	23,23	
Commission d'agence[a]	1,17	2,40	1,85	1,72	1,05	8,19	
Sommes pour contrats sous-traités à des entités apparentées	1,52	1,95	3,01	1,85	1,09	9,42	
Total facturé pour du travail effectué par les agences et entités apparentées	8,48	15,95	15,50	12,02	6,64	58,59	27,8 %
Sommes facturées pour du travail de tierces parties							
Sommes pour contrats sous-traités à des entités non apparentées ou inconnues	10,96	8,51	9,58	7,41	4,05	40,51	
Commissions d'agence de coordination	-	-	0,65	0,69	0,71	2,05	
Placements média	0,03	6,77	3,93	0,84	1,35	12,92	
Total facturé pour du travail de tierces parties	10,99	15,28	14,16	8,94	6,11	55,48	26,4 %
Sommes non dépensées ou de factures non retrouvées	-	0,31	0,22	0,14	0,20	0,87	0,4 %
Valeur totale des contrats	24,85 $	49,93 $	52,67 $	45,84 $	37,25 $	210,54 $	100,0 %

Sur la base de notre échantillon, nous avons déterminé que les agences de communication ont facturé 58,59 millions de dollars, soit 27,8 % de la valeur des contrats examinés, pour du travail exécuté par des agences ou des parties apparentées.

Nous avons regroupé les sommes facturées pour du travail effectué par les agences de communication dans plusieurs catégories. Voici nos constatations pour chacune de ces catégories. Les détails de chaque contrat examiné sont inclus dans nos documents d'analyse à l'appui du présent rapport.

Commission des agences de communication pour les commandites - 11,37 millions de dollars

Les commissions de commandites pour les contrats retenus dans l'échantillon Kroll, dont le sommaire est dressé au tableau 41, représentaient en moyenne 11,6 % du total des sommes consacrées aux commandites en 1996-1997 et 1997-1998 et 12 % pour les années ultérieures.

[a] La Commission d'agence inclut les commissions pour le placement média ainsi que les commissions sur les commandites.

Coûts de production des agences - 6,38 millions de dollars

Les coûts de production des agences comprennent 471 maquettes facturées par Lafleur à raison de 2 750 $ l'unité pour un total de 1 295 250 $, et 1 740 000 $ facturés par Groupaction pour la production de vignettes de télévision dans le cadre de l'initiative des Jeux olympiques de Nagano. Ce contrat semble avoir été facturé sur la base d'une somme forfaitaire.

Temps de travail des agences - 23,23 millions de dollars

Notre examen à cet égard a révélé que certaines factures donnent des détails sur le nom de l'employé, son niveau dans l'entreprise, son tarif horaire et le nombre d'heures facturées, ou qu'elles sont accompagnées de feuilles de présence justifiant les frais horaires. D'autres mentionnent le niveau de l'employé et le nombre d'heures facturées; d'autres encore ne font état que d'une somme globale qualifiée de « services professionnels » ou d'« honoraires ».

Nous constatons aussi que, dans certains cas où le détail des tarifs horaires est mentionné sur la facture ou peut être calculé à partir des informations disponibles, les frais horaires facturés ne concordent pas avec le contrat.

Commissions d'agence - 8,19 millions de dollars

Sur les 8,19 millions de dollars de commissions facturées sur les montants sous-traités et les placements média, 1,4 million de dollars a été payé à l'égard de travaux sous-traités à des parties apparentées.

Montants sous-traités à des parties apparentées - 9,42 millions de dollars

Pour les contrats de notre échantillon, nous avons déterminé que 9,42 millions de dollars ont été sous-traités à des parties apparentées et 40,51 millions de dollars à des parties qui ne semblaient pas être apparentées aux agences de communication.

Placement média - 12,92 millions de dollars

Les 12,92 millions de dollars de placement média comprenaient des frais concernant essentiellement l'achat de temps d'antenne et d'espace sur des panneaux publicitaires. Les placements médias destinés à un marché local ou régional ont été inclus comme montants sous-traités.

Il nous a été impossible de trouver des factures de 870 000 $, soit 0,4 % du montant des contrats. Nous ne savons pas si cette différence concerne des factures qui ne sont plus disponibles dans les dossiers de TPSGC ou s'il s'agit de contrats pour lesquels les dépenses ont été inférieures aux montants prévus.

On trouvera de la partie 8 à la partie 16 le détail de nos constatations pour chaque agence.

6.4
Rapport de novembre 2003 de la vérificatrice générale

Dans son rapport de novembre 2003, la vérificatrice générale constate que :

> « De 1997 jusqu'au 31 mars 2003, le gouvernement du Canada a dépensé environ 250 millions de dollars pour commanditer 1 987 événements. Plus de 100 millions de dollars de cette somme (40 % des dépenses totales) ont été payés à des agences de communication à titre de coûts de production et de commissions. »

D'après le rapport de la vérificatrice générale, nous croyons comprendre que la somme de 100 millions de dollars attribuée à des coûts de production et à des commissions payées à des agences a été calculée à partir de la base de données sur les commandites tenue par TPSGC, de la manière suivante :

- 15 % du montant total du contrat de commandites, plus
- 100 % du montant total du contrat de production.

La base de données de TPSGC a été ajustée par le BVG afin de répartir les montants des contrats de 1996-1997 entre commandites et production.

Kroll a préparé un résumé par année basé sur les détails réels des contrats pour le même groupe de contrats analysés par la vérificatrice générale. Comme nous l'indiquons au tableau 42, les contrats ont porté sur 19,9 millions de dollars de commissions d'agence, de 81 millions de dollars de coûts de production et de 6,94 millions de dollars de placements médias, pour un montant total de commissions d'agence, de coûts de production et de placements média de 107,91 millions de dollars. Le montant total des contrats s'est élevé à 253,58 millions de dollars, par rapport à l'estimation de 250 millions de dollars figurant dans le rapport de la vérificatrice générale.

Tableau 42 : Sommaire des montants des contrats mentionnés dans le rapport de la vérificatrice générale
(en millions $)

	Commandites	Commission d'agence[11]	Placement média	Production	Total : commissions d'agences, placement média et production	Total
1996-97	-	-	-	0.33	0.33	0.33
1997-98	22.53	2.90	4.75	20.03	27.68	50.21
1998-99	22.58	3.75	2.19	26.18	32.12	54.70
1999-00	25.84	3.78	-	17.67	21.45	47.29
2000-01	25.40	3.77	-	10.81	14.58	39.98
2001-02	30.22	4.53	-	5.78	10.31	40.53
2002-03	19.10	1.19	-	0.25	1.44	20.54
Total	145.67 $	19.92 $	6.94 $	81.05 $	107.91 $	253.58 $

6.5
Sélection des agences - Programmes spéciaux et de commandites

6.5.1 Février 1995

En février 1995, cinq agences, soit le Groupe Everest, BCP, Compass, Palmer Jarvis et Vickers & Benson, ont été choisies le second jour du processus de sélection de Patrimoine canadien. Dans une note de service non datée, M. Guité indique que les cinq agences « seront portées sur la liste des fournisseurs qualifiés de TPSGC/SPROP pour exécuter d'éventuels contrats de communication ou de publicité pour le compte de SPROP ».

[11] Les Commissions d'agence s'entendent des commissions prévues aux contrats pour les placements média ainsi que des commissions prélevées sur les commandites

Sur les 305,1 millions de dollars de contrats gérés par les agences, 1,7 million de dollars a été octroyé avant février 1995. Sur cette somme, 865 000 $ ont été confiés à Genesis Media, agence de référence. Les nombreux contrats correspondant au reste du 1,7 million de dollars ont été confiés à des agences spécialisés en recherche d'opinion publique. Une liste de ces contrats est jointe à l'annexe 13.

C'est le 30 juin 1995 que TPSGC a apporté une touche finale au processus de sélection suivant en choisissant le Consortium Lafleur.

6.5.2 Février à juin 1995

Entre février et juin 1995, les contrats des PSC qui ont été accordés ont totalisé 4,6 millions de dollars. Sur cette somme, 714 430 $ sont allés à l'une des cinq agences choisies en février, les 2,49 millions de dollars restant, soit 54 % de la valeur totale du marché, étant revenu à Lafleur. Le tableau 43 présente la valeur des contrats octroyés entre février et juin 1995.

Tableau 43 : Sommaire des contrats des PSC accordés entre février et juin 1995, par agence

	Total des contrats (en millions $)	Pourcentage
Agences sélectionnées en février 1995		
Palmer Jarvis	0,31	6,7%
Compass	0,18	3,9%
Groupe BCP	0,15	3,3%
Groupe Everest	0,07	1,5%
	0,71	15,4%
Autres agences ayant reçu des contrats		
Lafleur	2,49	54,2%
Gingko Group	0,46	10,0%
Toutes les autres	0,94	20,4%
	3,89	84,6%
Total des contrats	4,60 $	100,0%

L'annexe 14 donne le détail des contrats octroyés durant cette période.

6.5.3 Juillet 1995 à avril 1997

Le Consortium Lafleur a été sélectionné lors du processus de sélection de juin 1995; il comprenait Lafleur Communication ainsi que Compass, Natcom Publicité, Freeman Roger Battaglia et SKS Advertising.

Entre juillet 1995 et avril 1997, quand TPSGC a lancé un autre processus de sélection, les contrats des PSC, traités plus en détail à l'annexe 15, ont été octroyés aux agences nommées au tableau 44.

Tableau 44 : Sommaire des contrats de PSC octroyés entre juillet 1995 et avril 1997, par agence

	Total des contrats (en millions $)	Pourcentage
Agences sélectionnées en 1995		
Lafleur	34,17	48,30%
Groupe Everest	18,74	26,48%
Vickers & Benson	6,00	8,48%
Groupe BCP	5,72	8,08%
Palmer Jarvis	1,90	2,69%
Compass	0,25	0,35%
Genesis Media	0,02	0,03%
	66,80	94,41%
Autres agences ayant reçu des contrats		
Groupaction	1,30	1,84%
Toutes les autres	2,65	3,75%
	3,95	5,59%
Total des contrats	70,75 $	100,00%

6.5.4 Avril 1997 à mai 2001

En avril 1997, TPSGC a lancé un processus de sélection d'agences à la suite duquel 10 agences ont été retenues pour fournir des services de commandites ministérielles et de promotion d'événements pour le compte de TPSGC. Les contrats octroyés entre avril 1997 et mars 2001 sont résumés ci-dessous :

Tableau 45 : Sommaire des contrats de PSC octroyés entre mai 1997 et mars 2001, par agence

	Total des contrats (en millions $)	Pourcentage
Agences sélectionnées en février 1995		
Groupe Everest	22,10	23,61%
Vickers & Benson	9,36	10,00%
Compass	6,26	6,69%
Groupe BCP	0,45	0,48%
Palmer Jarvis	0,37	0,40%
	38,54	41,18%
Agence sélectionnée en juin 1995		
Lafleur Communication	8,69	9,28%
Agences sélectionnées en avril 1997		
Groupaction	18,92	20,22%
Gosselin	13,23	14,13%
Groupaction/Gosselin	9,35	9,99%
Communication Coffin	3,20	3,42%
Publicité Martin	0,48	0,51%
	45,18	48,27%
Autres agences ayant reçu des contrats	1,19	1,27%
Total des contrats	93,60 $	100,00%

L'annexe 16 donne la liste détaillée des contrats octroyés durant cette période.

6.5.5 Mai 2001

En mai 2001, TPSGC a lancé un processus de sélection d'agences en vue d'émettre des offres à commande (autrement baptisées offres permanentes) « pour les commandites de TPSGC-DGSCC, de marketing, de communication, de publicité et de services de production créative ».

Neuf agences ont été retenues à cette occasion :

- Armada
- Bristol Group
- Coffin
- Compass
- Everest
- Gosselin
- Groupaction
- Lafleur
- TNC Multicom Inc.

7

Partie sept

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — PUBLICITÉ

7.1 Provenance des fonds pour les contrats de publicité

Les fonds destinés aux activités de publicité sont attribués aux ministères dans le cadre du processus budgétaire décrit à la partie 4.1.

7.2 Utilisation des fonds de publicité

7.2.1 Flux financiers à destination des agences de publicité

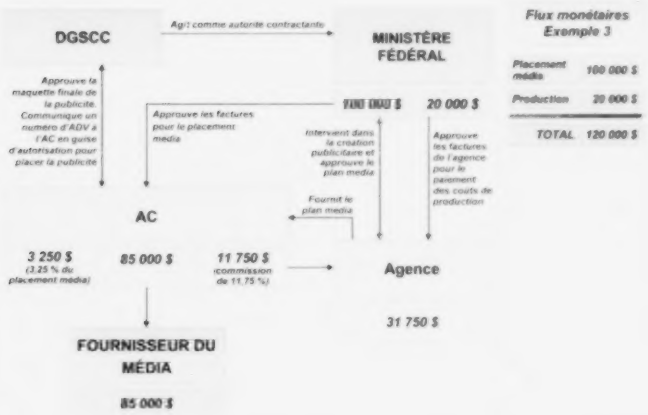
Contrairement aux contrats des PSC, pour lesquels l'acquisition des services et l'approbation des factures étaient gérées par le même groupe de personnes au sein de la DGSCC, pour les activités de publicité, le personnel spécialisé dans ce domaine, au sein de chaque ministère fédéral, était également appelé à jouer un rôle.

Les activités de publicité des ministères sont financées par les budgets de ces ministères. Les fonctionnaires travaillant à des projets de publicité ministérielle doivent rendre compte à leur hiérarchie. Cette division des tâches constitue un mécanisme régulateur supplémentaire dans le cas des activités de publicité, mécanisme qui était absent de la gestion des contrats des PSC. Certains ministères, cependant, dont le BIC et la SCHL, ont parfois confié la gestion de leur campagne de publicité à la DGSCC auprès de qui ils se sont également procuré d'autres services contractuels.

Outre qu'elle émettait des directives aux agences de référence pour les placements média, la DGSCC confiait des travaux de production à contrat aux agences sélectionnées pour le ministère à l'occasion du processus de sélection des agences. Le ministère travaillait ensuite directement avec l'agence sélectionnée pour concevoir les publicités et les plans médias.

Le diagramme ci-dessous présente les flux financiers ainsi que les champs de responsabilité applicables à la DGSCC et aux ministères fédéraux dans le cas des publicités.

Tableau 46: Répartition des responsabilités entre la DGSCC et les ministères fédéraux en matière de publicité



Le placement média était principalement confié aux agences de référence.

soit Genesis Media (du 1er avril 1994 au 31 mars 1998), puis Média/LDA Vision (du 1er avril 1998 au 31 mars 2003). L'agence de communication qui gérait un contrat de publicité était chargée de préparer un plan média précisant l'emplacement, la durée et le type de support média acheté. La rémunération pour ce travail consistait en une commission de 11,75 % appliquée sur le montant brut des achats d'espace. C'est l'agence de référence qui payait les agences de communication. La commission de l'agence de communication de 11,75 % et la commission de l'agence de référence de 3,25 %, pour un total de 15 %, étaient incluses dans le coût brut de l'achat d'espace que l'agence de référence facturait au gouvernement du Canada.

7.2.2 Contrats de publicité

Kroll a dressé une liste des contrats de publicité essentiellement à partir des listes d'information contractuelles fournies électroniquement par la vérificatrice générale ainsi que des listes d'information sur les contrats trouvées dans les dossiers que TPSGC a fournies à la Commission. D'autres informations sur les contrats ont été extraites des listes produites par les ministères et organismes, des listes produites par David Myer, ancien directeur général des acquisitions à la DGiSCC, et des documents de travail de Ernst and Young préparés pour son rapport intitulé « Advertising and Public Opinion Research Sector, Compliance Audit of Contracting Processes, Final Report » daté de novembre 1996. Nous avons aussi retrouvé d'autres contrats à l'occasion de notre examen. Quand les détails des contrats différaient de ceux apparaissant dans les listes, nous avons modifié ces dernières ou nous nous sommes fiés aux informations fournies par des tiers. Le lecteur trouvera ci-joint des résumés des listes détaillées par année (annexe 8), par ministère (annexe 9) et par agence (annexe 10).

7.2.3 Nature des dépenses de publicité

Sur les quelque 1,1 milliard de dollars attribués en contrats de publicité entre le 1er avril 1994 et le 31 mars 2003, 53 % ont été destinés à des achats d'espace dans les médias. Le placement média consistait, soit à acheter des espaces publicitaires imprimés dans les journaux, des espaces de panneau d'affichage, de la publicité dans les magazines ainsi que du temps d'antenne à la télévision et à la radio.

Le reste des contrats de publicité concernait les services d'agence, notamment les coûts de production et les commandites publicitaires concernant des programmes de publicité. Les commandites étaient entreprises par les ministères fédéraux qui les finançaient grâce à leur budget, en sorte que Santé Canada, par exemple, a financé le programme des jardins communautaires pour personnes âgées en 1998, à l'occasion de l'Année internationale des personnes âgées. Les coûts de production comprenaient des éléments comme le temps passé en réunion avec des représentants du ministère pour discuter des concepts, la préparation et la présentation des maquettes ou des scripts, la révision des messages ou des approches, la présentation des acteurs ou des modèles devant être employés dans les publicités et le contrôle de la production des publicités de même que les tests auprès de groupes de discussion.

Nous avons cru comprendre, d'après nos entretiens avec le personnel du ministère, que les contrats des services de publicité étaient souvent exécutés « selon les besoins », si bien que les montants totaux prévus au contrat n'étaient pas forcément dépensés par les ministères clients.

7.3 Analyse d'un échantillon de contrats de publicité

7.3.1 Échantillon de contrats de publicité

Kroll a entrepris un examen détaillé des factures et des documents justificatifs pour un échantillon de contrats de publicité que nous avons sélectionnés à partir de notre liste détaillée. Nous avons établi notre échantillon de façon rationnelle et y avons inclus les contrats accordés aux agences qui ont reçu

de gros montants au titre des marchés de publicité du gouvernement du Canada, les agences ayant reçu d'importants contrats de commandites et les ministères ayant octroyé d'importants contrats de publicité. Cette sélection a porté sur les années 1996-1997 à 2001-2002.

Le tableau 47 donne la liste des valeurs contractuelles, par année, pour les contrats composant l'échantillon Kroll :

Tableau 47 : Sommaire des contrats de publicité échantillonnés et examinés par Kroll
(en million $)

Année financier	Total
96-97	10,11
97-98	16,17
98-99	5,30
99-00	4,30
00-01	3,67
01-02	6,77
Total	46,32 $

L'annexe 11 donne la liste détaillée des contrats examinés. Le tableau 48, quant à lui, fournit la liste des contrats examinés et résumés par agence.

Tableau 48 : Sommaire des contrats de publicité échantillonnés et examinés par Kroll, par agence
(en millions $)

Agence	Total
Vickers & Benson	21,83
BCP	5,50
Groupaction	4,69
Armada	3,38
Compass	2,10
Gingko	2,04
Groupaction Gosselin	1,47
Groupe Everest	1,46
Gosselin	1,20
Ensemble Consortium	1,00
Lafleur	0,83
Coffin	0,82
Total	46,32 $

Le tableau 49 établit une ventilation pour les mêmes informations que celles apparaissant aux tableaux 47 et 48, par ministère fédéral.

Tableau 49 : Sommaire des contrats de publicité échantillonnés et examinés par Kroll, par ministère (en millions $)

Ministère fédéral	Total
Commission canadienne du tourisme	22.51
Bureau d'information du Canada	6.79
TPSGC	4.68
Industrie Canada	3.24
Finances	3.00
Santé Canada	1.79
Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec	1.05
Défense	1.00
Patrimoine canadien	0.76
Centre canadien des armes à feu	0.74
Revenu Canada	0.44
Développement des ressources humaines	0.32
Total	46,32 $

7.3.2 Analyse des services rendus par des agences de publicité, y compris leurs coûts de production

Coûts des services de publicité

Le tableau 50 résume nos constats pour les contrats de services de publicité constituant l'échantillon examiné par Kroll.

Tableau 50 : Sommaire des contrats de publicité échantillonnés et examinés par Kroll (en millions $)

	Total	Pourcentage
Commandites	0.46	1.0 %
Sommes facturées pour du travail effectué par les agences et parties apparentées		
Commission d'agence de commandite	0.05	
Production des agences	0.03	
Somme facturée pour temps de travail	2.88	
Commissions d'agence sur les contrats sous-traités	1.92	
Montant des contrats sous-traités à des parties apparentées	3.46	
Total facturé pour du travail effectué par les agences et parties apparentées	8.34	18.0 %
Sommes pour des contrats sous-traités à des parties non apparentées ou inconnues	26.00	56.1 %
Sommes non dépensées ou factures non retrouvées	11.52	24.0 %
Valeur totale des contrats	46,32 $	100,0 %

Voici ce qu'il convient de noter au sujet du tableau 50 :

Commandites

Les factures d'agence adressées aux ministères fédéraux comportaient une facture relative aux initiatives de commandites ou de visibilité concernant les ministères clients. Notre échantillon a porté sur :

- 150 000 $ facturés par Lafleur à Santé Canada au sujet de la commandite du programme des jardins communautaires des personnes âgées pour 1998. Lafleur a facturé une commission de 15 % au ministère (22 500 $).

- 200 000 $ facturés à Groupaction au sujet de la commandite de l'initiative « J'arrête, j'y gagne » en 2001. Groupaction a reçu un contrat de TPSGC pour cette commandite et perçu une commission de 12 %.

- 27 500 $ facturés par Armada à l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec pour « publicité et visibilité pour le gouvernement du Canada lors de L'international Bromont du 20 au 24 juin 2001 ».

Commissions d'agence pour les commandites - 0,05 million $

La commission pour commandites éventuellement indiquée dans les factures adressées au gouvernement est de 12 à 15 %.

Facturation du temps d'agence - 2,88 millions de dollars

Les factures des agences adressées aux ministères fédéraux portaient notamment sur du temps de travail pour un total de 2,88 millions de dollars. Dans certains cas, le taux facturé à TPSGC était conforme au taux stipulé dans les contrats, mais dans d'autres cas, nous n'avons pas obtenu suffisamment de détails pour déterminer ce qu'il en était. Dans d'autres cas enfin, les factures de l'agence de communication n'indiquaient qu'une somme forfaitaire fondée sur des devis approuvés plutôt que sur un nombre d'heures de travail effectué.

Commissions prélevées sur les contrats sous-traités - 1,92 million de dollars

Dans le cas des contrats examinés par Kroll, les paiements effectués aux agences de communication au titre des commissions pour les parties de contrats sous-traitées totalisent 1,9 million de dollars.

Montant des contrats sous-traités à des parties apparrentées - 3,46 millions de dollars

Pour les contrats de notre échantillon, nous avons déterminé que 3,46 millions de dollars en tout ont été versés pour des services sous-traités à des parties apparentées, contre 26 millions de dollars qui ont été sous-traités à des parties non apparentées.

Nous avons remarqué que, dans 13 contrats concernant neuf agences, des commissions ont été prélevées sur des contrats sous-traités à des parties apparentées. Pour l'ensemble de notre échantillon, 440 000 $ ont ainsi été versés en commissions pour des travaux sous-traités à des parties apparentées.

Montants des contrats sous-traités à des parties non apparentées ou inconnues - 26 millions de dollars

Dans l'échantillon examiné, les paiements effectués à des parties non apparentées ou inconnues totalisent 26 millions de dollars, soit 56 % des montants ayant fait l'objet de contrats. À l'occasion de notre examen, nous avons constaté ce qui suit :

- En 2001, TPSGC a conclu un contrat avec Compass, pour une valeur totale de 1,6 million de dollars, dont la portée du travail était décrite comme suit : » gestion, production et conception en vue de la mise au point des 'Pavillons du Canada' lors des 'Jeux de la Francophonie' et des 'Mondiaux d'athlétisme' » sur le 1,6 million de dollars, 1,35 million a été sous-traité à des parties non apparentées.

  Compass a facturé TPSGC pour les coûts associés au Pavillon du Canada lors de la Coupe Grey de 2001, et pour deux autres événements mentionnés dans le contrat.

Les Jeux de la Francophonie, les Championnats mondiaux d'athlétisme et la Coupe Grey sont trois événements qui ont également bénéficié d'un financement par le biais de contrats des PSC.

- En janvier 1998, Industrie Canada a confié un contrat de 1,2 million de dollars à Gosselin pour la commandite de la » Campagne SOS 2000 ». Gosselin a facturé à Industrie 1,11 million de dollars pour la commandite et 90 000 $ en frais d'agence. Gosselin a sous-traité la quasi-totalité de la commandite de 1,11 million de dollars à Cossette. La facture de Cossette à Gosselin concerne essentiellement du placement média.

Sommes non dépensées ou factures non retrouvées

Nous n'avons pas pu retrouver des factures portant sur 11,5 millions de dollars, soit 24 % de la valeur des contrats de notre échantillon. Dans certains cas, nous avons pu déterminer, à partir d'autres documents ou avec l'aide des ministères, que les sommes prévues dans les contrats n'a pas été dépensée en totalité.

8

Partie huit

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — LAFLEUR

8.1 Description de l'entreprise

8.1.1 Lafleur Communication

Le 15 juin 1984, Jean Lafleur est devenu l'unique actionnaire, président-directeur général de Jean Lafleur Communication Marketing Inc. (« Lafleur Communication »). Le 22 juillet 1987, les actions qu'il détenait ont été transférées à la société 157146 Canada Inc., société de portefeuille lui appartenant.

Entre 1984 et 1992, le chiffre d'affaires de cette entreprise a fluctué, passant par un creux de 324 000 $ en 1985 à un sommet de 1,7 million de dollars en 1991. Le chiffre d'affaires annuel moyen entre 1987 et 1992 a été de 1,3 million de dollars.

Au cours des deux exercices financiers terminés au 31 décembre de 1993 et de 1994, la société a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 1,1 million par an. Elle comptait des clients dans le secteur privé et dans le secteur public.

De juin 1984 à janvier 2001, M. Lafleur a été président de la compagnie.

Le 17 janvier 2001, 157146 Canada Inc. a vendu la totalité de ses actions dans Lafleur Communication à Communications Groupdirect Inc., entreprise indirectement détenue par Jean Brault. La transaction a pris effet le 1er janvier 2001.

8.1.2 Autres sociétés apparentées

157146 Canada Inc. était (ou est devenue) la seule actionnaire des entreprises suivantes :

a) Les Éditions Satellite Inc. (« Satellite »), constituée le 2 mai 1997 pour la publication du magazine VIA;

b) 3440222 Canada Inc., constituée le 1er décembre 1997 pour exploiter un club de tennis;

c) GESCOM Inc. (« GESCOM »), constituée le 26 février 1998 pour offrir des services de communication.

Jean Lafleur était président de toutes ces entreprises.

Lafleur Communication avait également un lien avec Publicité Dezert Inc., constituée le 29 avril 1993, entièrement contrôlée par Éric Lafleur.

8.2 Processus de sélection du gouvernement

À notre connaissance, Lafleur n'a jamais été invité, dans le cadre d'un processus de sélection, à faire une présentation à titre d'agence individuelle. Le tableau ci-dessous présente les processus de sélection ayant été remportés par le consortium dont Lafleur faisait partie. Les pièces P-416(A) et P-416(B)

présentent une liste complète des processus de sélection concernant des marchés de l'État.

Tableau 51 : Processus de sélection auxquels l'agence Lafleur a participé (en millions de $)

Date du rapport final	Ministère	Agence ou consortium gagnant
14 décembre 1994	Santé Canada	Consortium Lafleur (Compass, Warwick et Associés et Palmer Jarvis)
30 juin 1995	TPSGC	Consortium Lafleur (Compass, Natcom, Freeman Rogers Battaglia, SKS)
22 août 1995	Finances	Consortium Compass, Freeman Rogers Battaglia, Lafleur
5 décembre 1995	Justice	Consortium Lafleur (les agences membres du consortium ne sont pas connues)

Le 30 juin 1995, le comité de sélection de TPSGC a émis un rapport recommandant de choisir le consortium Lafleur comme agence de communication du ministère. Cependant, nous notons que le premier contrat des PSC accordé à Lafleur Communication est daté du 10 avril 1995 et que 2,49 millions de dollars de ces contrats ont été accordés à Lafleur avant le 30 juin. La liste des contrats en question apparaît à l'annexe 2.

À l'examen des factures concernant ces contrats, nous avons constaté que Lafleur Communication a commencé à travailler sur divers projets de commandites, notamment le Classique de Blainville, le Grand Prix de Montréal, les Expos de Montréal , le Tour de l'Île et le Molson Indy de Toronto, avant le 30 juin 1995.

Bien que le consortium Lafleur ait été sélectionné comme agence de communication pour TPSGC, les contrats ont continué d'être émis à Lafleur Communication. Aucun contrat de commandites n'a été émis au Consortium et nous n'avons trouvé aucune documentation indiquant qu'une partie quelconque du travail facturé par Lafleur Communication a été réalisée par un autre membre du consortium.

Lafleur Communication ne faisait pas partie des 10 agences de communication sélectionnées le 28 avril 1997 par TPSGC/SPROP, mais a continué de recevoir des contrats après le processus de sélection d'avril 1997.

8.3 Contrats du gouvernement

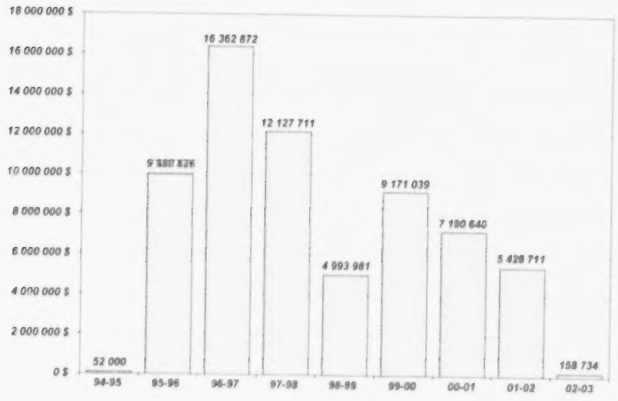
8.3.1 Programmes spéciaux et de commandites

Durant les années financières du gouvernement de 1994-1995 à 2002-2003, Lafleur Communication a reçu pour 65,5 millions de dollars de contrats de PSC, comme le montre le tableau suivant :

Tableau 52 : Contrats des PSC confiés à Lafleur Communication

Année	Contrats confiés à Lafleur Communication	Directives à Genesis Media ou Média/I.D.A. Vision	Total
1994-95	52 000	-	52 000
1995-96	7 693 626	2 287 000	9 980 626
1996-97	16 362 872	-	16 362 872
1997-98	12 127 711	-	12 127 711
1998-99	2 743 731	2 250 250	4 993 981
1999-00	2 308 189	6 862 850	9 171 039
2000-01	1 829 340	5 361 300	7 190 640
2001-02	94 701	5 332 010	5 426 711
2002-03	3 485	155 249	158 734
Total	43 215 655 $	22 248 659 $	65 464 314 $

Tableau 52a : Lafleur Communication - Total des contrats des PSC



D'après notre analyse des contrats de base, les 65,5 millions de dollars engagés devaient être consacrés aux fins suivantes :

Tableau 53 : Analyse Kroll de certains contrats des PSC réalisés par Lafleur

	Lafleur Communication	Genesis Media ou Média/I.D.A. Vision	Total
Commandites			
1995-96 à 1997-98 [12]	7 776 600	31 450	7 808 050
1998-99 à 2002-03	1 034 250	17 357 964	18 392 214
Total pour les commandites	8 810 850	17 389 414	26 200 264
Placement média	-	1 912 500	1 912 500
Commissions d'AR	-	595 066	595 066
Commissions d'agence de communication	3 556 146	-	3 556 146
Coûts de production et honoraires professionnels[13]	33 200 338	-	33 200 338
Total	45 567 334 $	19 896 980 $	65 464 314 $

[12] Ce montant est extrait des contrats accordés à Lafleur Communication et il est fort possible qu'il soit inférieur à la réalité. D'après l'analyse Kroll des factures que Lafleur Communication a adressées à SPROP/DGiSCC durant l'année financière 1996-1997, cette agence a reçu 4 749 300 $ et n'en a reversé que 276 100 $ aux organisateurs des événements commandités.

[13] Ce montant comprend des paiements effectués à des fournisseurs externes et à Publicité Dezert

Par ailleurs, nous avons constaté que les contrats des PSC directement accordés à Lafleur Communication pour les années financières gouvernementales 1996-1997 à 1999-2000 représentaient 42 655 603 $ en tout dont 99,99 % ont été facturés à SPROP/DGSCC. Le détail de ces constats est donné à la pièce P-216, page 79.

Durant les années financières 1995-1996 et 1996-1997, les contrats accordés à Lafleur Communication ont représenté respectivement 45,4 % et 53,1 % de la valeur totale des contrats des PSC octroyés durant ces années-là.

En outre, pour ce qui est de la liste des projets spécifiés dans la présentation au CT de 17 millions de dollars, en novembre 1996, Lafleur Communication a reçu des contrats pour une valeur totale de 13,7 millions de dollars.

8.4
Administration des contrat

8.4.1 Observations d'ordre général

Pratiques de facturation - Commission d'agence de communication de 12 %

Lafleur Communication a facturé à TPSGC un nombre très élevé d'heures de travail au titre du budget de production prévu dans les contrats des PSC, en plus des 12 % de commission d'agence sur le montant des commandites.

Le tableau 54 présente une comparaison entre les montants facturés par Lafleur Communication, sur une base horaire pour certains contrats et la commission d'agence de 12 % prélevée pour ces mêmes contrats.

Tableau 54 : Comparaison entre la commission d'agence de communication et le temps d'agence facturés pour les contrats échantillonnés

Événement	Agence de communication	Temps d'agence facturé	
		Nbre d'heures	$
Encyclopédie du Canada	144 000	1 041.7	57 831
Expos de Montréal	261 216	1 768.3	294 915
Grand Prix du Canada (Formule 1)	232 174	1 008.5	178 348
GRC - 125ième anniversaire	62 250	2 425.8	396 354
Internationaux de Tennis Junior de Repentigny	11 490	427.8	76 111
Musée Grande Cascapédia	22 500	71.0	12 775
Série du siècle (Société Canadienne des Postes)	40 500	111.5	23 800
Société du Vieux-Port (Centre ISCI)	180 000	237.5	30 579
Total	954 130 $	7 092.0	1 070 742 $

Nous notons que les contrats ne font pas clairement pas la différence entre les services visés par la commission de 12 % et les services pouvant être facturés à part, sur une base horaire. L'annexe 17 donne la liste détaillée des divers contrats concernant les événements susmentionnés.

8.4.2 Production sous-traitée - honoraires professionnels

Durant la période de 1993 à 2000, Lafleur Communication a compté de 12 à 35 employés, dont M. Lafleur lui-même et d'autres membres de sa famille : Dyane Lafleur, Julie Lafleur et Éric Lafleur, Jean-Philippe et Simon Lafleur.

Les services professionnels ont également été rendus par des sous-traitants dont Xylo Concept Graphique (appartenant à Pierre Davidson), D.L.C. Communications Inc. (appartenant à Daniel Lévesque) et Gosselin Communications (appartenant à Gilles-André Gosselin).

Les sommes facturées à SPROP/DGiSCC par Lafleur pour le travail de sous-traitance étaient fondées sur les heures facturées par les sous-traitants aux tarifs horaires indiqués dans les contrats de Lafleur Communication.

8.4.3 Gosselin Communications - Projet Bluenose

Lafleur Communication a sous-traité le projet Bluenose à Gosselin Communications, en 1996 et 1997. Cette dernière firme n'avait aucun autre employé que G.A. Gosselin, sa femme et son fils. Les services professionnels de Gosselin Communications ont été assurés par des sous-traitants essentiellement recrutés par le truchement de CPPC (Centre de placement de professionnels en communication Inc.), compagnie détenue par l'épouse de M. Gosselin, Andrée Côté Gosselin.

CPPC avait pour seuls employés M^me^ Côté Gosselin et une autre personne. Cette entreprise a eu recours aussi aux services de sous-traitants.

Geneviève Proulx a été sous-traitante de CPPC pour le projet Bluenose. Comme le montre le tableau ci-dessous, elle a facturé CPPC pour le temps passé sur le projet, à un taux horaire variant entre 12 et 17 $. Ce taux a été majoré dans la facture adressée par CPPC à Gosselin Communications et dans celle de Gosselin Communications à Lafleur Communication. Cette dernière a alors facturé le total des heures effectuées à SPROP/DGSCC, mais à 150 $ de l'heure, soit taux indiqué dans son contrat pour des employés qualifiés de « chefs de clientèle ». Toutefois, dans la dernière facture de Lafleur Communication, le temps de M^me^ Proulx est facturé à 125 $ de l'heure, qui correspond au taux horaire du « personnel de bureau ».

Tableau 55 : Sommaire des heures facturées dans le cadre du projet Bluenose

Facturé par	Taux horaire	Montant de la facture	Marge	
			$	%
Geneviève Proulx	12 $ à 17 $	15 090		
CPPC	25 $ à 35 $	29 955	14 865	98,5 %
Gosselin	60 $	58 080	28 125	93,9 %
Lafleur	125 $ à 150 $	138 075	79 995	137,7 %

Dans cet exemple, le taux facturé par Lafleur est neuf fois supérieur à celui de la sous-traitante.

8.4.4 Production sous-traitée : articles promotionnels

L'achat d'articles promotionnels par Lafleur Communication a été essentiellement sous-traité par Publicité Dézert.

Les sommes facturées par Publicité Dézert relativement à ces ventes, qui ont fait l'objet d'une marge moyenne de 100 %, étaient majorées d'une commission de 17,65 % par Lafleur Communication dans la facture adressée à SPROP/DGSCC.

Les autres fournisseurs de Lafleur Communication étaient Satellite, pour le magazine de VIA Rail, Yuri Kruk Design Inc.[14] et Xylo Concept Graphique, de même que Mirabau Serigraphic.

8.4.5 Xylo Concept Graphique Inc.

Xylo Concept Graphique Inc. (« Xylo »), propriété de Pierre Davidson, a été constituée en société en 1994 dans le dessein d'administrer et de réaliser des projets de conception et de création visuelle ou artistique. P. Davidson, architecte de profession, en était le seul employé. De 1995 à 1999, différents projets ont été sous-traités par Lafleur Communication à Publicité Dezert et à Satellite à Xylo, ce qui a amené cette dernière à facturer 828 135 $[15], 71 874 $ et 73 285 $ respectivement pour les années en question[16].

Une partie importante du travail de Xylo réalisé pour Lafleur Communication a été sous-traitée à PluriDesign. Xylo facturait Lafleur Communication sur une base forfaitaire, comme convenu avec M. Lafleur. Deux exemples de facture adressée par Xylo à Lafleur Communication montrent que le travail sous-traité à PluriDesign représentait 79 % et 73 % des sommes facturées par Xylo à Lafleur Communication.

[14] Le montant facturé par M. Yuri Kruk Communications Design à Lafleur Communication est approximativement de 1 300 000 $ selon les registres comptables disponibles. Nous notons que M. Yuri Kruk a versé 243 000 $ à PluriDesign.

[15] Le montant effectivement facturé par Xylo à Lafleur Communication, selon les registres comptables de Xylo, est de 1 385 478 $.

[16] Ces montants sont tirés des dossiers comptables disponibles.

Lafleur a ensuite facturé TPSGC pour le travail réalisé par Xylo et PluriDesign en majorant les factures de Xylo de 129,5 % et de 119,1 %. Même si les factures de Xylo n'indiquaient pas le nombre d'heures effectuées par P. Davidson, Lafleur Communication a tout de même facturé TPSGC pour les heures prétendument effectuées par le propriétaire de Xylo, au taux de 180 $ correspondant, dans les contrats des PSC pour Lafleur Communication, à des employés appartenant à la catégorie des « directeurs de la création ». Nous avons constaté qu'une facture indique un taux de 100 $ de l'heure.

Les tableaux 56 et 57 donnent le détail des deux factures de Xylo dont il a été question ci-dessus.

Tableau 56 GRC - 125ème anniversaire (Contrat no EN771-7-0108)

Facturé par	Heures	Taux horaire	Somme facturée	%
PluriDesign Canada			60 000	79 %
Xylo Concept Graphique			75 570	100 %
Lafleur Communication				
Heures de P. Davidson	474,5	180	85 410	
Maquettes (32 x 2 750 $)			88 000	
			173 410 $	229,5 %

Tableau 57 VIA Rail - Logos (Contrat EN771-80-007)

Facturé par	Nbre d'heures	Taux horaire	Somme facturée	%
PluriDesign Canada			60 000	73 %
Xylo Concept Graphique			82 100	100 %
Lafleur Communication				
P. Davidson hours	89	180	16 020	
	2090	100	20 900	
Maquettes (52x2 750 $)			143 000	
			179 920 $	219,1 %

8.5
Analyse financière

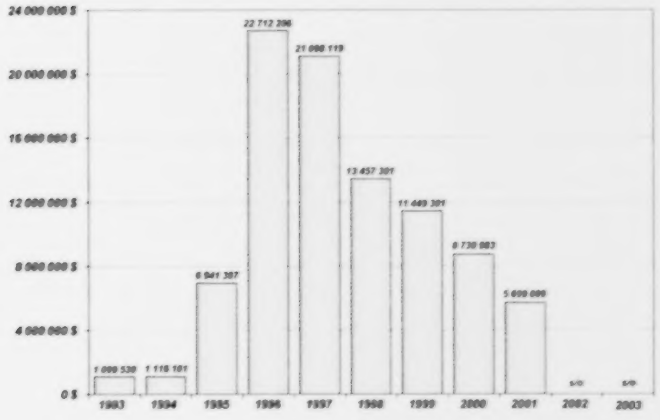
8.5.1 Apport financier des contrats de publicité et des PSC pour Lafleur Communication

D'après les états des résultats de Lafleur Communication pour les exercices 1993 à 2001, terminés au 31 décembre, les chiffres d'affaires, salaires et primes, ainsi que les résultats nets s'établissent ainsi :

Tableau 58 : Chiffres d'affaires, salaires et primes, et résultats nets de Lafleur Communication pour les exercices financiers terminés au 31 décembre 1993 à 2001

Année	Chiffres d'affaires	Salaires et primes	Résultats nets
1993	1 099 530	245 794	11 027
1994	1 116 101	240 705	85 022
1995	6 941 387	1 469 048	129 660
1996	22 712 206	3 645 187	73 654
1997	21 098 119	3 669 150	(28 046)
1998	13 457 301	3 426 840	133 207
1999	11 449 301	2 319 664	(141 753)
2000	8 730 983	1 867 514	82 636
2001	5 699 089	928 285	(36 686)
Total	92 304 017 $	17 812 187 $	308 721 $

Tableau 58a : Lafleur Communication - Revenus



Comme le montre le tableau 58, le chiffre d'affaires de Lafleur Communication a augmenté très nettement après que la firme a commencé à recevoir des contrats du gouvernement, puisqu'il est passé de 1,1 million de dollars en 1993 et 1994 à un sommet de 22,7 millions de dollars en 1996.

D'après les dossiers comptables de Lafleur Communication, l'agence a réalisé un chiffre d'affaires total de 66,6 millions de dollars[17] grâce aux contrats du gouvernement de 1996 à 2001 (période pour laquelle nous disposions de données sur le chiffre d'affaires par client), soit 85,9 % des chiffres d'affaires totaux consignés pour cette période.

8.5.2 Publicité Dezert

D'après les états des résultats de Publicité Dezert pour ses exercices financiers se terminant le 31 août des années 1993 à 2000, les chiffres d'affaires, salaires et primes, de même que les résultats nets s'établissent comme suit :

[17] Ce montant est composé de 28,6 millions de dollars de contrats de publicité pour les sociétés d'État

Tableau 59 : Renseignements financiers échantillonnés dans le cas de Publicité Dezert pour les années 1993 à 2001 terminées au 31 août

Année	Chiffres d'affaires	Salaires et primes	Résultats nets	Dividendes
1993	41 413	-	9 655	-
1994	300 838	36 524	(4 607)	20 782
1995	340 501	52 317	12 708	-
1996	1 188 642	30 000	188 203	34 100
1997	3 451 250	720 000	136 461	300 000
1998	1 800 654	58 500	117 991	125 000
1999	1 488 514	170 000	154 259	123 000
2000	1 496 637	82 696	134 400	102 452
2001	334 775	-	21 834	66 334
Total	10 443 224 $	1 150 037 $	770 904 $	771 668 $

Comme on peut le constater d'après le tableau ci-dessus, les chiffres d'affaires et les résultats nets de Publicité Dezert ont

Comme on peut le constater d'après le tableau ci-dessus, les chiffres d'affaires et les résultats nets de Publicité Dezert ont considérablement augmenté après 1995, ce qui correspond à la période à laquelle Lafleur Communication a commencé à recevoir des contrats du gouvernement du Canada.

Les salaires de 1 150 037 $ ont été en grande partie versés à Éric Lafleur.

D'après les dossiers comptables de Publicité Dezert, cette entreprise a réalisé un chiffre d'affaires d'au moins 6,3 millions de dollars grâce à Lafleur Communication entre 1996 et 2001 (période durant laquelle on dispose de données sur la provenance des revenus), soit 65 % du chiffre d'affaires total consigné pour cette période comptable. Les revenus de sociétés d'État (notamment de Via Rail et de la Banque de développement du Canada) constituent 6,3 % des rentrées totales.

Publicité Dezert a cessé ses activités le 15 août 2001.

8.6
Utilisations notables des fonds par Lafleur

8.6.1 Salaires et dividendes

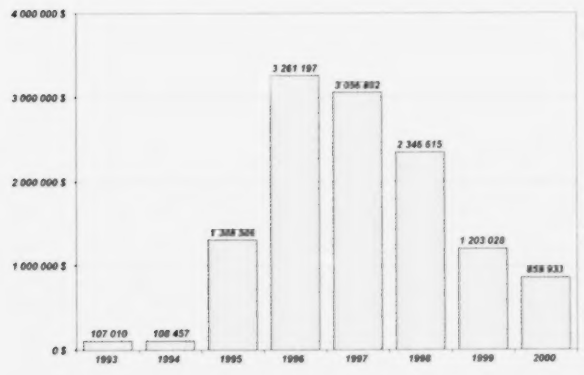
Salaires

D'après les déclarations de revenu et les T4 des intéressés, et d'autres renseignements fournis à la Commission, Jean Lafleur, Dyane Lafleur, Julie Lafleur et Éric Lafleur ont reçu en tout 12,3 millions de dollars en salaires de Lafleur Communication entre 1993 et 2000, comme l'indique le tableau suivant :

Tableau 60 : Salaires versés par Lafleur Communication à Jean Lafleur et aux membres de sa famille pour les exercices financiers de 1993 à 2000 terminés au 31 décembre

Année	Jean Lafleur	Dyane Lafleur	Julie Lafleur	Éric Lafleur	Total
1993	107 010	-	-	-	107 010
1994	108 457	-	-	-	108 457
1995	815 184	241 610	103 751	147 961	1 308 506
1996	2 487 869	254 183	92 051	427 094	3 261 197
1997	2 454 350	161 667	137 995	302 790	3 056 802
1998	1 948 044	254 081	54 740	89 750	2 346 615
1999	871 942	160 396	82 571	88 119	1 203 028
2000	642 884	122 139	-	94 910	859 933
Total	9 435 740 $	1 194 076 $	471 108 $	1 150 624 $	12 251 548 $

Tableau 60a : Lafleur Communication - Salaires versés à M. Jean Lafleur et aux membres de sa famille



Dividendes

Lafleur Communication a versé des dividendes de 150 000$ et de 300 000 $ respectivement lors des exercices financiers terminés le 31 décembre de 1994 et de 1995.

8.6.2 Contributions politiques

Comme le décrit l'annexe 18, Lafleur Communication a fait don de 66 850 $ entre 1997 et 2002 au Parti Libéral du Canada. Les membres de la famille Lafleur ont fait don de 84 548 $ en plus à ce même parti.

8.7
Vente des actions de Lafleur Communication

8.7.1 Vente de Lafleur Communication à Communications Groupdirect Inc.

Le 17 janvier 2001, 157146 Canada Inc. a vendu la totalité des actions qu'elle détenait dans Lafleur Communication à Communications Groupdirect Inc., société contrôlée par. Jean Brault. La transaction a pris rétroactivement effet le 1er janvier 2001.

Selon l'accord de vente, le prix de vente minimum pour les actions, était de 1,1 million de dollars. Il pouvait être ajusté à la hausse jusqu'à un maximum de 3,2 millions de dollars (clause 4.1 de l'accord). Une partie du règlement s'est effectuée en trois versements. Selon Jean Lafleur, Jean Brault lui doit encore le solde de cette transaction.

9

Partie neuf

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GOSSELIN

9.1
Description de l'entreprise

Gosselin Communications Stratégiques Inc. (« Gosselin Communications ») a été constituée en société par Gilles-André Gosselin le 28 avril 1997 et, le même jour, la nouvelle société a acquis les avoirs nets de Gosselin et Associés Communications Stratégiques Inc. (« Gosselin & Associés »).

Gosselin & Associés était une petite firme de consultants, constituée en société le 17 juin 1993 et contrôlée par Gilles-André Gosselin. Sa conjointe, Andrée Côté Gosselin, était également actionnaire et administratrice.

Gosselin & Associés avait un bureau à Montréal et offrait des services de consultation à ses clients qui appartenaient essentiellement au secteur public, comme TPSGC et d'autres ministères fédéraux.

Le chiffre d'affaires de Gosselin & Associés était d'environ 250 000 $ par an. Après paiement des salaires de M. Gosselin et de son épouse, les bénéfices de l'entreprise étaient minimes.

Durant la période du 28 avril au 31 décembre 1997, Gosselin Communications n'a eu que trois employés : G.A. Gosselin, A. Côté Gosselin et Nicolas Gosselin. L'entreprise, qui a commencé à recruter du personnel extérieur au début de 1998, a fonctionné jusqu'au 1er octobre de la même année, date à laquelle elle a vendu ses immobilisations et sa clientèle à Groupaction.

9.2
Processus de sélection du gouvernement

Le 28 avril 1997, Gosselin a fait partie d'un groupe de 10 agences de communication dont les services ont été retenus pour le SPROP.

En avril 1997, G.A. Gosselin a commencé à travailler sur divers projets de commandites, notamment le Sentier transcanadien et le Festival des tulipes. Le contrat pour ces projets n'a été émis que le 28 avril 1997 et les premières factures que Gosselin Communications a adressées au SPROP relativement à ce contrat portent la date du 28 avril. L'une d'elles, qui concerne le Festival des tulipes, est accompagnées de deux factures émanant des organisateurs du Festival des tulipes, datées du 1er avril 1997, de 75 000 $ chacune. Les heures qui avaient été facturées à la Fondation du Sentier transcanadien pour le travail effectué en avril 1997 ont, de nouveau, été facturées à la DGSCC en janvier 1998.

À notre connaissance, aucun autre organisme fédéral n'a lancé de processus de sélection en marge de celui de TPSGC en 1997, dans lequel Gosselin aurait été choisi comme agence de communication.

9.3
Contrats du gouvernement

9.3.1 Contrats des PSC

Le premier contrat des PSC accordé à Gosselin Communications est le contrat EN771-7-0027 dont le montant initial de 985 000 $ s'est ensuite élevé 1 367 270 $. Ce contrat, daté du 28 avril 1997, portait sur divers événements, plus spécialement le Sentier transcanadien et le Festival des tulipes.

Durant les années financières du gouvernement de 1997-1998 à 1998-1999, Gosselin Communications a reçu en tout pour 21,2 millions de dollars de contrats des PSC, comme l'indique le tableau 61 :

Tableau 61 : Contrats des PSC de Gosselin

Année	Contrats à Gosselin Communications	Directives à Genesis Media ou Média/I.D.A. Vision	Total
1994-95	-	-	-
1995-96	47 500	-	47 500
1996-97	-	-	-
1997-98	6 969 293	97 000	7 066 293
1998-99	6 163 541	7 931 435	14 094 976
Total	13 180 334 $	8 028 435 $	21 208 769 $

Notre examen a révélé que les 21,2 millions de dollars en question devaient être dépensés aux fins suivantes :

Tableau 62 : Analyse des contrats des PSC échantillonnés dans le cas de Gosselin

	Gosselin Communications	Genesis Media ou Média/I.D.A. Vision	Total
Commandites :			
1997-98	4 066 095	-	4 066 095
1998-99	342 900	6 896 900	7 239 800
Total des commandites	4 408 995	6 896 900	11 305 895
Placement média	-	82 450	82 450
Commissions d'agence de référence	-	210 059	210 059
Commissions d'agence de communication	1 368 085	-	1 368 085
Coûts de production et honoraires professionnels[18]	8 242 280	-	8 242 280
Total	14 019 360 $	7 189 409 $	21 208 769 $

Selon notre examen, 20 862 272 $ en tout ont été facturés à SPROP/DGSCC dans le cadre de ces contrats. Nos constats détaillés en la matière apparaissent à la pièce P-257(a).

9.3.2 Contrats de publicité

Au cours de l'exercice financier se terminant le 31 mars 1998, Gosselin Communications a reçu deux contrats de publicité d'une valeur totale de 1 500 000 $.

Ces contrats de publicité sont les suivants : Bureau du conseil privé - contrat 35035-7-5225, pour la somme de 300 000 $; Industrie Canada - contrat U1020-7-0072, pour la somme de 1 200 000 $.

Ce dernier contrat a été sous-traité de Gosselin à Cossette Communication. Une commission nette de 76 757 $ a été prélevée par Gosselin Communications au passage.

La partie 7 donne des précisions relativement à ce contrat.

[18] Ce montant comprend les paiements effectués aux fournisseurs extérieurs et à CPPC.

9.4
Administration des contrats

9.4.1 Observations d'ordre général

Le tableau 63 indique que les honoraires de gestion facturés sur une base horaire, au titre des budgets de production, étaient quatre fois supérieurs à la commission d'agence de communication prélevée par cette agence :

Tableau 63 : Gosselin Communications - Comparaison entre la commission d'agence de communication de 12 % et les frais de gestion

Événement	Commission d'agence de communication	Frais pour temps d'agence	
	($)	(N^bre d'eures)	($)
Événements imprévus	35 322	1 247,0	146 592
Fêtes du 250^ième de Saint-Hyacinthe	15 000	569,5	53 000
Sénateurs d'Ottawa	86 917	3 414,3	386 718
Parc des Champs de Bataille	28 200	2 899,8	424 706
Rendez-vous Canada	64 200	3 935,6	442 314
125^ième anniversaire de la GRC	138 720	804,0	107 495
Total	368 359 $	12 870,0	1 560 824 $

La liste détaillée de ces contrats est donnée à l'annexe 19.

Dans les contrats, il n'est pas vraiment précisé quels services doivent faire l'objet d'une commission de 12 % et lesquels peuvent être facturés séparément, sur une base horaire.

M. Gosselin a facturé plus de 3 600 heures à SPROP/DGISCC et à Lafleur Communication pendant l'année financière du gouvernement de 1997-1998. Ces heures doivent normalement s'ajouter à celles que M. Gosselin a effectuées au titre de la commission de 12 % et de tout autre travail normalement effectué par le propriétaire de l'agence.

9.4.2 Production sous-traitée : honoraires professionnels

Durant la période du 27 avril au 31 décembre 1997, Gosselin Communications comptait trois employés seulement : G.A. Gosselin, A. Côté Gosselin et Nicolas Gosselin.

Les services professionnels étaient assurés par des sous-traitants recrutés par des agences de placement ou directement par Gosselin Communications. Pour les heures effectuées par ces sous-traitants, dans le cadre des contrats de commandites, Gosselin Communications facturait SPROP comme s'il s'était agi d'employés de la firme.

Les sommes facturées à SPROP/DGSCC étaient basées sur les heures des sous-traitants et sur le taux horaire indiqué dans les contrats de commandites de Gosselin, selon les postes visés.

La principale agence de placement de Gosselin Communications était CPPC, constituée le 10 septembre 1996 et qui était au nom de M^me^ Côté Gosselin, épouse de G.A. Gosselin.

CPPC, qui comptait deux employés (Mme Côté Gosselin et une autre personne), recourait aux services de sous-traitants à qui elle confiait des projets de commandites pour le compte de Gosselin Communications. CPPC majorait d'environ 94 % les honoraires des sous-traitants qui étaient ensuite facturés à Gosselin Communications.

Entre le 1^er^ janvier et le 30 septembre 1998, Gosselin Communications a commencé à recruter du personnel tout en continuant d'employer des sous-traitants, mais dans une moindre mesure.

9.4.3 Production sous-traitée : articles promotionnels

CPPC a également été le principal fournisseur d'articles promotionnels, comme des vêtements, pour Gosselin Communications. CPPC prélevait en moyenne 22 % de commission au passage sur les articles vestimentaires et 96 % en moyenne sur les autres articles promotionnels. Ces sommes sous-traitées étaient ensuite facturées de Gosselin Communications à SPROP/DGSCC moyennant une nouvelle commission de 17,65 %.

Il ressort de notre analyse que les ventes à Gosselin Communications durant l'année terminée le 31 décembre 1997 et dans les neuf mois qui ont suivi, jusqu'au 30 septembre 1998, représentaient 86 % du chiffre d'affaires total réalisé par CPPC durant toute cette période.

9.5 Apport des contrats de publicité et de PSC pour Gosselin

9.5.1 Gosselin Communications

D'après les états financiers de Gosselin Communications pour la période de huit mois terminée le 31 décembre 1997 et pour la période de neuf mois jusqu'au 30 septembre 1998, les chiffres d'affaires, salaires et primes et résultats nets s'établissent comme suit :

Tableau 64 : Renseignements financiers sélectionnés dans le cas de Gosselin Communications

	Chiffres d'affaires	Salaires et primes	Résultats nets
1997 (8 mois)	2 985 134	585 191	92 851
1998 (9 mois)	11 339 033	3 478 841	160 344
Total	14 324 167 $	4 064 032 $	253 195 $

Les salaires versés pour les années 1997 et 1998, terminées au 31 décembre, ont été respectivement de 115 191 $ et de 963 841 $. Ils comprennent un montant de 232 567 $ versé à G.A. Gosselin, 104 463 $ payés à A. Côté Gosselin et 11 575 $ versés à Nicolas Gosselin.

En plus de ces salaires, des primes se chiffrant à 470 000 et à 2 515 000 $ respectivement ont été accordées à G.A. Gosselin durant ces deux exercices financiers.

Les contrats octroyés par SPROP/DGSCC à Gosselin Communications ont représenté 84 % du chiffre d'affaires de l'entreprise et ceux octroyés par d'autres ministères fédéraux ont constitué 12 % des rentrées.

En outre, Gosselin Communications a touché 405 085 $ grâce à son travail en sous-traitance facturé à Lafleur Communication dans le cadre du projet Bluenose.

Gosselin Communications a reçu directement des organisations divers montants de certains événements commandités (comme Rendez-vous Canada).

9.5.2 CPPC

D'après les états financiers de CPPC pour l'exercice financier se terminant au 31 décembre 1997 et pour la période allant du 1er janvier au 30 septembre 1998, les chiffres d'affaires, salaires et primes/gratifications, de même que les résultats nets s'établissent comme suit :

Tableau 65 : Renseignements financiers sélectionnés dans le cas de CPPC

	Chiffres d'affaires	Salaires et primes	Résultats nets
1997 (12 mois)	279 343	18 543	58 580
1998 (9 mois)	617 833	110 250	20 816
Total	897 176 $	128 793 $	79 396 $

D'après notre analyse, les ventes à Gosselin Communications durant l'année s'étant terminée au 31 décembre 1997 et la période de neufs mois terminée le 30 septembre 1998, ont représenté 86 % des ventes totales de CPPC durant cette période.

La majeure partie des salaires de 128 793 $ a été versée à M^me^ Côté Gosselin.

En plus de ces salaires, des dividendes de 78 714 $ ont été déclarés et versés à M^me^ Côté Gosselin durant ces deux exercices.

9.5.3 Portage Promotion

Portage Promotion (« Portage ») a été constituée en société par M^me^ Côté Gosselin en octobre 1998, tout de suite après la vente des actions de CPPC à Groupaction. Officiellement, l'actionnaire fondateur et président de Portage Promotion était son fils, Nicolas Gosselin.

Portage a été créée afin de poursuivre les activités de CPPC. Nous avons cru comprendre que CPPC a cessé toute activité au moment de la vente à Groupaction. Portage est devenu le principal fournisseur de matériel promotionnel à Groupaction Gosselin Communications (anciennement 3522610 Canada Inc.).

D'après les états des résultats de Portage, pour les exercices de 1999 et de 2001 terminés le 30 septembre, les chiffres d'affaires, salaires et primes/gratifications, de même que les résultats nets s'établissent comme suit :

Tableau 66 : Renseignements financiers sélectionnés dans le cas de Portage Promotion

	Chiffres d'affaires	Salaires et primes	Résultats nets
1999	983 799	99 471	119 409
2000	781 643	124 957	(1 881)
2001	84 931	73 152	(108 794)
Total	1 850 373 $	297 580 $	8 734 $

D'après notre analyse, il ressort que les ventes à Groupaction Gosselin pendant les exercices financiers de 1999 à 2001 terminés au 30 septembre, ont représenté quelque 90 % du chiffre d'affaires total de Portage durant cette période.

Les salaires comprennent les sommes de 38 533 $ et de 97 396 $ payées, respectivement, par M^me^ Gosselin et à Nicolas Gosselin.

9.6
Vente de Gosselin Communications

En janvier 1999, Gosselin Communications a conclu un contrat de vente avec 3522610 Canada Inc., société indirectement détenue par Jean Brault de Groupaction. Ce contrat, qui portait sur la vente des immobilisations et de la clientèle, a été signé le 22 janvier 1999 mais at pris effet rétroactivement le 1er octobre de l'année précédente.

La somme convenue pour la cession des immobilisations était de 223 979 $, dont 100 000 $ exigibles immédiatement, 30 995 $ versés durant l'exercice 1999-2000 et 92 285 $ payés en 2002.

Le prix de vente pour la clientèle devait être calculé d'après une formule qui tiendrait compte des bénéfices nets réalisés par 3522610 Canada Inc. dans les quatre années d'exploitation suivantes.

La vente de la clientèle a donné lieu au versement de 275 000 $ sous la forme de primes pour l'exercice terminé au 30 septembre 1999, et de 6 500 $ versés sous la même forme pour l'exercice terminé au 30 septembre 2000.

De plus, le contrat de vente comportait une clause d'emploi pour G.A. Gosselin en vertu de laquelle il s'engageait à gérer les dépenses de fonctionnement de 3522610 Canada Inc. relativement aux contrats des PSC. Cette clause est échue en septembre 2000. Les salaires versés par 3522610 Canada Inc. relativement à cette clause d'emploi se sont élevés à 200 000 $ pour l'exercice terminé au 30 septembre 1999, dont 51 923 $ versés à Mme Côté Gosselin et 122 305 $ pour l'exercice terminé au 30 septembre 2000.

La libération de dette, indiquant la réception de la totalité des sommes dues à Gosselin Communications et à G.A. Gosselin, a été signée par ce dernier le 1er mars 2002.

Le 22 janvier 1999, Mme Côté Gosselin a également conclu un contrat de vente avec 3522610 Canada Inc. pour céder la totalité des actions qu'elle

détenait encore dans CPPC. Ce contrat a pris effet le 1er octobre 1998. Le prix de vente a été fixé à 510 000 $, dont 300 000 $ exigibles immédiatement, 52 500 $ devant être payés durant l'exercice terminé le 30 septembre 2000 et 157 500 $ devant être versés en 2002. La libération de dette, confirmant la réception de la totalité de la somme due (510 000 $) a été signée par Mme Côté Gosselin le 31 mars 2002.

10

Partie dix

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPACTION

10.1 Description de l'entreprise

M. Brault et son épouse, Joane Archambault, ont lancé Groupaction Marketing Inc. (« Groupaction ») en 1982.

Les principales entreprises actives du groupe étaient les suivantes :

a) Groupaction Marketing - principale société de publicité et de marketing;

b) Alléluia Design (« Alléluia ») - société spécialisée dans le domaine de la conception artistique et du graphisme.

En novembre 1997, Groupaxion Nouveaux Médias (« Groupaxion ») a été constituée en société. Elle devait travailler dans le domaine des médias interactifs et des sites Internet.

En mai 1998, Impact Splash a été constituée en société. Cette dernière était censée offrir des services de communication en relation avec des événements et des commandites pour le gouvernement du Canada et pour le secteur privé.

J. Brault, par le truchement de 3522610 Canada Inc., s'est porté acquéreur des actifs de Gosselin Communications Stratégiques, avec prise d'effet le 1er octobre 1998. La compagnie à numéro a fonctionné sous le nom de Groupaction Gosselin Communication Stratégique et changé son nom en 2002 pour devenir Gosselin Relations Publiques.

En octobre 1999, Communication Groupdirect a été constituée en société. En janvier 2001, la compagnie a été achetée par Jean Lafleur Communication Marketing.

En plus des sociétés actives susmentionnées, trois compagnies ont été créées afin d'acheter les quatre bâtiments occupés par Groupaction et par des sociétés actives apparentées.

Les pièces C-291(A), pages 3 à 7, contiennent des organigrammes du groupe de sociétés appartenant à M. Brault.

10.2 Processus de sélection du gouvernement

10.2.1 Premières transactions de Groupaction avec le gouvernement du Canada

En janvier 1995, Groupaction a obtenu son premier contrat de publicité du CRTC. Le 2 juillet 1996, la société obtenait son premier contrat des PSC, bien avant le processus de sélection concernant les PSC que devait lancer le SPROP (voir ci-dessous).

10.2.2 Processus de sélection

Le tableau ci-dessous présente les processus de sélection connus que Groupaction a remporté directement ou indirectement en tant que membre du consortium sélectionné. Les pièces P-416(A) et P-416(B) donnent la liste de tous les processus de sélection répertoriés.

Tableau 67 : Groupaction - Sélection d'agence

Date du rapport final	Ministère fédéral	Agence ou consortium lauréat
1993	Justice	Consortium comprenant Groupaction
9 décembre 1994	Commission de la radio et de la télévision du Canada	Groupaction
17 mai 1995	Revenu Canada - Région du Québec	Groupaction
23 novembre 1995	Agriculture et agroalimentaire Canada	P.A.C.T. (Palmer Jarvis / Groupaction / Compass Communications / The Ongoing Partnership
28 avril 1997	TPSGC (Contrats des PSC)	Groupaction et 9 autres agences
26 novembre 1997	Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada	Groupaction
2 février 1999	Ministère de la Défense nationale	Groupaction
1er septembre 2000	Bureau d'information du Canada	Consortium Ensemble (Coffin / Groupaction / Vickers & Benson / Compass / Palmer Jarvis)
13 décembre 2000	Industrie Canada	Vision 4 (Acart / Palmer Jarvis / Groupaction)
11 mai 2001	TPSGC	Groupe Everest; Gosselin; Lafleur; Groupaction; TNC Multicom; Compass; Armada; Bristol; Coffin [14]

10.3 Contrats du gouvernement

10.3.1 Contrats des PSC

Les sociétés détenues par Jean Brault ont administré des contrats de PSC d'une valeur totale de 89,5 millions de dollars. Groupaction a administré 60,8 millions de dollars, Gosselin Relations Publiques 23,1 millions et Lafleur Communication 5,6 millions de dollars. Sur la valeur totale des contrats de 89,5 millions de dollars, 60,1 ont fait l'objet de contrats directs à Média/I.D.A. Vision sous la forme de directives.

Contrats des PSC confiés à Groupaction

Entre les années financières du gouvernement 1996-1997 et 2001-2002, Groupaction a administré des contrats de PSC représentant une valeur totale de 60,8 millions de dollars, comme le précise la pièce C 292, pages 2 à 23, et comme le résume le tableau suivant :

[14] Les firmes Gosselin Relations Publiques, Lafleur Communication et Groupaction étaient toutes contrôlées par Jean Brault au moment où TPSGC a lancé ce concours

Tableau 68 : Contrats des PSC administrés par Groupaction pour les années financières du gouvernement de 1996-1997 à 2002-2002

Année	Contrats confiés à Groupaction	Directives concernant Média/I.D.A. Vision	Total
1996-1997	830 000	-	830 000
1997-1998	10 404 058	-	10 404 058
1998-1999	3 884 960	10 924 345	14 809 305
1999-2000	2 065 260	9 629 750	11 695 010
2000-2001	1 105 648	13 208 900	14 314 548
2001-2002	1 644 994	7 130 000	8 774 994
Total	19 934 920 $	40 892 995 $	60 827 915 $

Contrats des PSC confiés à Gosselin Relations Publiques

Entre les années financières du gouvernement 1998-1999 et 2002-2003, après avoir été acheté par by Brault, Gosselin Relations Publiques (« GRP ») a administré des contrats des PSC d'une valeur totale de 23,1 millions de dollars, comme le précise la pièce 271, pages 2 à 21, et comme le résume le tableau suivant :

Tableau 69 : Contrats des PSC administrés par Gosselin Relations Publiques pour les années financières du gouvernement de 1998-1999 à 2002-2003

Année	Contrats à GRP	Directives à Média/I.D.A. Vision	Total
1998-1999	1 921 310	264 500	2 185 810
1999-2000	3 788 940	3 831 660	7 620 600
2000-2001	3 640 041	1 909 000	5 549 041
2001-2002	412 595	6 177 915	6 590 510
2002-2003	14 070	1 099 975	1 114 045
Total	9 776 956 $	13 283 050 $	23 060 006 $

Contrats des PSC confiés à Lafleur Communication

Entre le 17 janvier 2001, date à laquelle la société a été achetée par Brault, et l'année financière du gouvernement 2002-2003, Lafleur Communication Marketing a administré pour 5,6 millions de dollars de contrats des PSC, comme le montre la pièce P-216, pages 2 à 42, et comme le résume le tableau suivant :

Tableau 70 : Contrats des PSC administrés par Lafleur Communication Marketing pour les années financières du gouvernement 2000-2001 à 2002-2003

Année	Contrats à Lafleur	Directives à Média/I.D.A. Vision	Total
2000-2001	2 240	-	2 240
2001-2002	94 701	5 332 010	5 426 711
2002-2003	3 484	155 250	158 734
Total	100 425 $	5 487 260 $	5 587 685 $

10.3.2 Contrats de publicité

Entre 1994-1995 et 2002-2003, Groupaction a fait office d'agence de communication pour des contrats de publicité d'une valeur maximale de 112,1 millions de dollars. Une importante partie de ces contrats a été octroyée en 2000-2001 (47,3 millions de dollars) et en 2001-2002 (31,5 millions de dollars). Une liste complète des contrats de publicité est jointe à l'annexe 10 du présent rapport.

Sur les 112,1 millions de dollars en question, 81,2 millions au moins étaient constitués par du placement média. En qualité d'agence de communication, Groupaction pouvait prélever une commission de 11,75 % sur les achats d'espace médias.

Les 30,1 millions de dollars restants représentent les coûts de production incluant des honoraires et des commissions de Groupaction, des versements à des sous-traitants et d'autres coûts directs.

10.4
Administration des contrats

10.4.1 Constats relatifs aux contrats des PSC

Événements des PSC importants administrés par Groupaction.

En tout, 42,3 millions de dollars, soit 69,5 % de tous les contrats des PSC administrés par Groupaction de 1996-1997 à 2001-2002, concernaient des événements de Groupe Polygone et d'Expour. Ce pourcentage est passé à 87,3 % pour les années 1999-2000 à 2001-2002, comme l'indique le tableau suivant :

Tableau 71 : Contrats des PSC administrés par Groupaction en liaison avec des événements de Groupe Polygone et d'Expour pour les années financières du gouvernement 1996-1997 à 2001-2002

		Contrats reliés à des événements de Groupe Polygone et d'Expour	
Année	**Total des contrats des PSC**	**$**	**%**
1996-1997	830 000	-	0.0 %
1997-1998	10 404 058	$3 538 458	34.0 %
1998-1999	14 809 305	8 388 499	56.6 %
1999-2000	11 695 010	9 891 000	84.6 %
2000-2001	14 314 548	12 597 900	88.0 %
2001-2002	8 774 994	7 889 592	89.9 %
Total	60 827 915 $	42 305 449 $	69,5 %

Une liste détaillée des événements en question fait l'objet de l'annexe 4. Voici quelques autres contrats des PSC importants qui ont été administrés par Groupaction :

- Jeux olympiques de Nagano - 5,95 millions de dollars;
- programme d'information dans les journaux communautaires - 3,6 millions de dollars;
- analyses d'opportunités (3) - 1,63 million de dollars;
- CD-Rom Dessin Animé (Mimi) - 1,3 million de dollars (plus un autre contrat EP041 inclus dans la catégorie « publicité », en vertu du véhicule contractuel utilisé);
- Grand Prix du Canada - 1,26 million de dollars.

Rémunération pour Groupe Polygone et Expour

Comme on peut le constater à l'annexe 20, Groupaction et ses sociétés apparentées ont reçu 2,1 millions de dollars de Groupe Polygone, d'Expour ou d'autres sociétés contrôlées par Luc Lemay. Les dossiers comptables des compagnies de Groupaction indiquent que ces fonds correspondent à des honoraires réclamés pour toute une diversité de services, notamment pour les services de gestion de salons d'activités physiques et sportives de plein air ou d'autres salons dont M. Lemay faisait la promotion.

Commissions prélevées sur les sommes sous-traitées à des parties apparentées

Pour exécuter les contrats des PSC, Groupaction recourait aux services de ses sociétés apparentées, surtout Alléluia et Groupaxion.

Les services fournis à Groupaction par Alléluia et Groupaxion étaient généralement facturés au gouvernement du Canada moyennant le prélèvement d'une commission de 17,65 %, au passage, sur les sommes facturées par les sociétés apparentées.

Travail facturé au gouvernement du Canada mais non confirmé par les dossiers des sous-traitants

La nature des services décrits dans les facturations intercompagnies était souvent vague et les méthodes de calcul des sommes facturées sont rarement indiquées.

Par exemple, Alléluia a émis une facture à Groupaction pour des coûts de production de 38 000 $ associés au Grand Prix du Canada de 1998 (pièce C-309, pages 64 à 67). La facture en question décrit les honoraires associés à la recherche, aux maquettes, au montage et à la production de matériel pour divers panneaux.

Les sommaires du système comptable d'Alléluia précisent la nature des travaux exécutés et le nombre d'heures facturé par personne pour tout projet ou dossier. Le sommaire accompagnant la facture du Grand Prix de Montréal n'indique cependant aucun coût précis quant aux activités indiquées dans la facture (recherche, maquettes, production de matériel pour diverses affiches) et n'indique pas non plus le nombre d'hures de travail des employés d'Alléluia.

Groupaction a fait payer au gouvernement du Canada une commission de 17,65 %.

Non-obtention de devis

Les contrats des PSC exigeaient que Groupaction obtienne trois devis pour tout contrat sous-traité de plus de 25 000 $.

D'après notre examen des documents, il ressort que Groupaction n'a pas obtenu les trois devis pour des contrats sous-traités de 25 000 $ ou plus avant 2001. Nous avons cru comprendre que, durant l'année financière du gouvernement 2001-2002, à la suite du resserrement des normes de gestion de TPSGC et de Communications Canada, Groupaction a commencé à envoyer des devis à TPSGC pour les budgets de production dans le cas des événements de Groupe Polygone et d'Expour.

10.4.2 Constats relatifs aux contrats de publicité

Non-obtention de devis

Les contrats de publicité exigeaient que Groupaction obtienne trois devis pour les contrats de 25 000 $ ou plus qui étaient sous-traités. D'après les contrats de publicité examinés par Kroll, il ressort que le Groupaction n'a pas obtenu trois devis pour de tels contrats avant 2001.

Commissions prélevées sur les sommes sous-traitées à des parties apparentées

D'après les contrats de publicité examinés par Kroll, Groupaction a facturé au gouvernement du Canada une marge sur le travail réalisé par Allélua, société de conception artistique et de graphisme associée à Groupaction.

10.5 Constats relatifs à des événements particuliers

Nous avons tiré les constats suivants après un examen des événements particuliers des PSC administrés par Groupaction :

10.5.1 Commentaires généraux - Evénements associés au Groupe Polygone et à Expour

- Expour et Groupe Polygone ont réalisé plus de 25 millions de dollars de bénéfice avant impôts durant les années où ils ont reçu des fonds des PSC (pour plus de détails, voir la partie 11.4 du rapport). Durant la même période, le chiffre d'affaires réalisé grâce au gouvernement du Canada a représenté 35,5 % des revenus de Groupe Polygone et 46,1 % de ceux d'Expour, comme l'indique la pièce P-329, points 1, 2 et 11.

- Les sociétés de M. Lemay ont payé en tout 4,8 millions de dollars à PluriDesign Canada.

- Les sociétés de M. Lemay ont versé en tout 2,1 millions de dollars aux sociétés de J. Brault.

- Le montant des commandites a considérablement diminué à compter de 2000-2001 pour certains salons (voir le détail à la partie 1.2 de l'appendice F), tandis que le gouvernement du Canada a continué de bénéficier de la même visibilité.

10.5.2 Almanach du Peuple

- L'objet de cet événement était de conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada dans l'*Almanach du Peuple*, publication annuelle éditée et produite par Groupe Polygone. Des exemples de cette visibilité sont donnés à l'appendice J du présent rapport.

- Pour ce qui est du contenu reçu, le gouvernement du Canada a payé un tarif par page supérieur au taux de publicité annoncé dans *Almanach du Peuple*.

- Pour l'édition 2002 de cet almanach, le gouvernement du Québec a acheté environ 80 pages de contenu (78 pages plus la deuxième page de couverture et la tranche) au coût de 58 000 $, ce qui représente 725 $ par page. Dans la même édition de l'*Almanach du Peuple*,

le gouvernement du Canada a acheté 116 pages de contenu pour un montant de 525 000 $ (somme qui n'inclut pas le budget de production ni la commission versée aux agences), ce qui représente un coût par page d'environ 4 500 $ soit six fois plus que le prix à la page payé par le gouvernement du Québec.

10.5.3 Magazines nationaux et régionaux

- Ces événements avaient officiellement pour objet de conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada dans les magazines édités, publiés ou administrés par Groupe Polygone. Des exemples de cette visibilité sont donnés à l'appendice I du présent rapport.

- Lors de notre examen de la documentation disponible, nous n'avons trouvé aucun document établissant la valeur de la visibilité dont le gouvernement du Canada aurait bénéficié.

M. Lemay a adressé une lettre à Groupaction, le 26 juillet 2002, pour décrire la visibilité conférée au gouvernement du Canada dans le cadre des événements « Magazines nationaux - régionaux ». En fait, une partie de cette visibilité renvoie à d'autres événements des PSC (comme les capsules radiophoniques), d'après ce que l'on peut constater à l'appendice I du présent rapport. Il semble que l'on ait mentionné deux événements distincts des PSC pour faire ressortir la valeur de cette visibilité.

10.5.4 Journal de Montréal et Journal de Québec

- D'après les informations examinées, la visibilité conférée par cet événement a été assurée par la publication de 21 encarts distribués dans le *Journal de Montréal* et dans le *Journal de Québec*, en 21 occasions. Le gouvernement du Canada ayant payé en tout 2,9 millions de dollars, cela représente environ 137 000 $ par encart. L'appendice K du présent rapport donne un exemple de ce type de visibilité.

- Aucune des informations que nous avons examinées n'indiquait que la DGSCC a approuvé les encarts en question et la visibilité conférée, avant leur publication.

- Groupe Polygone et Groupaction n'ont pas reçu d'information indiquant le degré de visibilité conféré par l'opération (par exemple, quant au nombre d'encarts distribué).

10.5.5 Capsules radiophoniques

- Ces événements avaient officiellement pour objet de financer une série de campagnes axées sur des messages radiophoniques fournissant des conseils sur divers sujets, comme la chasse, la pêche et les activités de plein air, l'économie, la santé, l'environnement, l'agriculture et l'alimentation, la sécurité et le logement. Des exemples de ce type de visibilité sont donnés à l'appendice H du présent rapport.

- Le gouvernement du Canada était la seule source de financement des capsules radiophoniques ayant représenté des contrats d'une valeur totale de 15,9 millions de dollars.

- Les capsules radiophoniques concernaient la production et la diffusion de messages radiophoniques. Ces étapes étaient conformes à la campagne de publicité.

- Dans les campagnes de publicité, ce sont généralement les agences de référence qui s'occupent du placement média, celles-ci adressant des documents qui expliquent la valeur des placements média à la DGSCC ou à Communications Canada. Or, ce ne fut pas le cas avec les capsules radiophoniques.

- La totalité des sommes correspondant aux PSC a été payée à Groupe Polygone. Groupe Polygone n'a pas fourni à la DGSCC ni à Communications Canada de ventilation des coûts associés à cet événement ni des sommes effectivement versées pour l'achat de temps d'antenne.

- Les messages radiophoniques ont permis aux narrateurs et à leurs véhicules commerciaux de bénéficier d'une visibilité ou d'une publicité gratuites. Par exemple, *Sentier Chasse-Pêche*, magazine appartenant à M. Lemay, a bénéficié d'une publicité gratuite dans les messages radiophoniques.

10.5.6 Salons

- Ces événements avaient officiellement pour objet de financer les expositions ou les salons de chasse, de pêche et d'activités de plein air, de même que quelques salons ou expositions concernant l'agriculture et les Premières nations.

Salon National du Grand Air de Québec (1999-2000)

- L'édition 2000 du *Salon National du Grand Air* de Québec a été annulée par Expour.

- La totalité de la commandite (333 043 $) et les commissions d'agences applicables (49 957 $) avaient déjà été versées à Expour, à Groupaction et à Média/I.D.A. Vision au moment de l'annulation.

- Avant de prendre sa retraite, M. Guité a envoyé une lettre à Groupaction et Expour pour leur ordonner de remplacer les événements annulés par d'autres événements, afin de donner au gouvernement du Canada la visibilité promise.

- Dans le cas de quatre salons régionaux (St-Jérome, Drummondville, Baie-Comeau et Rouyn-Noranda), Expour a dû assumer des coûts de 5 250 $ au titre de l'opération de « remplacement » de la visibilité. Ce coût comprenait la location de stands où Groupe Polygone a fait la promotion de son magazine *Sentier Chasse-Pêche*.

Salon International de la Machinerie Agricole (1999-2000)

- L'édition 2000 du Salon International de la Machinerie Agricole a été annulée à cause d'une déchirure dans le toit du Stade olympique.

- La totalité de la commandite (508 695 $) et la commission d'agence applicable (76 305 $) avaient déjà été payées à Expour, Groupaction et Média/I.D.A. Vision au moment de l'annulation.

- Avant de prendre sa retraite, M. Guité a envoyé une lettre à Groupaction et Expour pour leur ordonner de remplacer les

événements annulés par d'autres événements, afin de donner au gouvernement du Canada la visibilité promise.

- Nous n'avons trouvé, ni dans les dossiers du gouvernement, ni dans les documents fournis à la Commission par Groupe Polygone, aucune information établissant que le gouvernement du Canada a bénéficié d'une visibilité de remplacement.

Salons chasse et pêche - Trois-Rivières et Sherbrooke

- Expour a reçu 1,6 million de dollars de fonds des PSC, entre 1998-1999 et 2002-2003, pour les salons de chasse et pêche à Trois-Rivières (804 348 $) et à Sherbrooke (804 348 $).

- Contrairement aux salons de Montréal, de Québec, de Chicoutimi et de Rimouski, Expour n'était pas le promoteur des événements à Trois-Rivières et à Sherbrooke. C'est plutôt Gaétan Mondoux et sa société, Exposition C.P., qui en assuraient la promotion.

- Expour a payé 100 000 $ à Exposition C.P. entre 1999 et 2003 pour acquérir les droits de commandites associés à ces deux salons.

- D'après la description détaillée contenue dans les factures de PluriDesign, Expour a également versé à PluriDesign Canada 1 million de dollars en honoraires pour ces événements, soit 485 475 $ pour celui de Trois-Rivières et 530 125 $ pour celui de Sherbrooke.

- Les dossiers financiers d'Expour que nous avons examinés ne font mention d'aucun autre coût important associé à ces événements.

Salons régionaux de chasse et pêche

- Expour a reçu 525 000 $ en fonds des PSC en 2000-2001 pour des salons de chasse et pêche régionaux.

- Des fonds additionnels des PSC de 250 000 $ ont également été approuvés pour des salons régionaux de chasse et pêche en 2001-2002.

Expour a reçu 125 000 $ et le solde n'a pas encore été payé par le gouvernement du Canada.

- Expour a négocié la visibilité du gouvernement du Canada dans les salons régionaux. Les documents associés à ces événements indiquent que quatre ou cinq salons régionaux ont ainsi assuré une certaine visibilité au gouvernement du Canada.

- Contrairement aux salons de Montréal, de Québec, de Chicoutimi et de Rimouski, Expour n'était pas le promoteur de ces salons régionaux.

- Les factures que nous avons retrouvées pour certains salons régionaux (Rouyn-Noranda, Baie-Comeau et St-Jérome) indiquent qu'Expour a payé 1 000 $ par salon aux organisateurs des événements pour obtenir de la visibilité au nom du gouvernement du Canada, soit un total d'environ 5 000 $. Ce faisant, Expour a empoché 520 000 $ sur les 525 000 $ versés par le gouvernement du Canada en 2000-2001. En 2002-2002, les coûts étaient semblables.

- Expour a également payé à PluriDesign Canada 90 000 $ d'honoraires relativement à cet événement, en 2000-2001. Cette somme correspond à des descriptions détaillées qui apparaissent dans les factures de PluriDesign.

- À l'examen des dossiers financiers d'Expour, nous n'avons pas relevé d'autres coûts importants outre les 5 000 $ payés au titre de la visibilité dans le cadre de ces événements.

Rendez-Vous Autochtone

- Rendez-Vous Autochtone est un événement qui se déroule dans le cadre du Salon National du Grand Air de Montréal. Rendez-Vous Autochtone a bénéficié d'un financement direct des PSC en 2000-2001 (245 000 $) et en 20021-2002 (230 000 $).

- Le Salon National du Grand Air de Montréal bénéficiait déjà de sommes importantes au titre des PSC : 1 063 750 $ en 2000-2001 et 1 110 960 $ en 2001-2002.

- Il convient de remarquer que les demandes pour les deux événements n'ont pas été envoyées à la DGSCC en même temps. Celle concernant le Salon National du Grand Air de Montréal a été envoyée avant le début de la nouvelle année financière. Les demandes pour Rendez-Vous Autochtone ont été acheminées huit à neuf mois plus tard.

- On ne sait pas si la DGSCC s'est rendu compte que Rendez-Vous Autochtone faisait partie du Salon National du Grand Air de Montréal ou si, au contraire, elle a décidé de commanditer tout de même cet événement ou de négocier davantage de visibilité.

10.5.7 Grand Prix du Canada

- Groupaction a administré le contrat des PSC pour le Grand Prix du Canada de 1998.

- La somme totale payée par le gouvernement du Canada pour cet événement comprend 900 000 $ de commandites et 114 000 $ de coûts de production pour un total de 1 014 000 $, versés à GPFI, promoteur de l'événement.

- Un document d'accompagnement, qui ne fait pas nécessairement partie du contrat conclu entre GPFI et Groupaction, indique que « la transaction » porte sur une commandite de 700 000 $, sur 50 000 $ en coûts de production et sur 264 000 $ en tickets pour les trois jours d'événement (230 tickets quotidiens pour un total de 690). Trente de ces tickets de trois jours donnaient accès au « club paddock », à 2 800 $ l'unité. Cent dix autres tickets de trois journées donnaient accès aux « loges restaurant », pour 1 400 $ chacun.

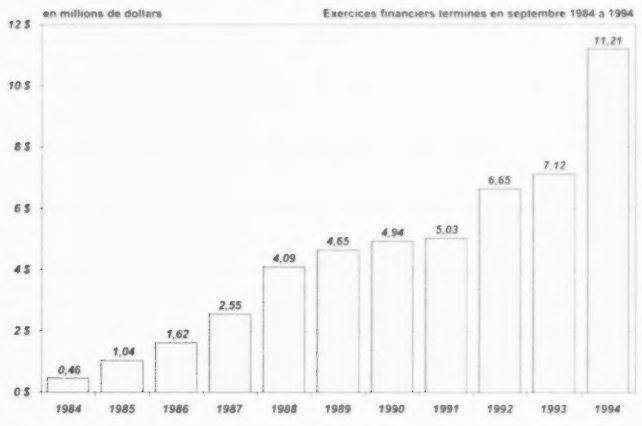
- Nous n'avons pu déterminer qui a bénéficié de ces tickets. La correspondance entre Groupaction et GPFI indique que jusqu'à 336 des 690 tickets ont pu être destinés à des employés ou à des représentants du gouvernement.

10.6
Apport financier des contrats de publicité et de PSC pour Groupaction

10.6.1 Niveau d'activité avant les contrats de publicité et des PSC

De 1982 à 1994, les clients de Groupaction appartenaient au secteur privé et au secteur public dont faisait partie le gouvernement du Québec. Le niveau d'activité a augmenté régulièrement au fil des ans, comme le montre le tableau suivant :

Tableau 72 : Groupaction Marketing - Revenus 1984 - 1994



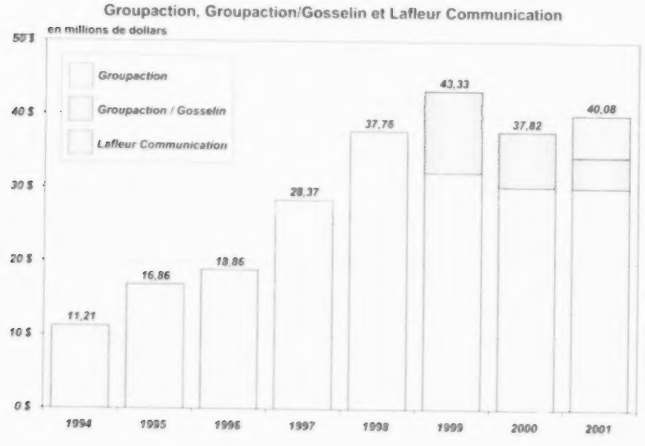
Nous n'avons pas été en mesure d'effectuer une ventilation des rentrées par client pour cette période, puisque cette information n'était pas disponible. Nous n'avons trouvé aucun renseignement qui aurait pu nous permettre de penser que Groupaction a reçu des contrats du gouvernement du Canada pendant cette période.

Pendant la même période, les résultats nets de Groupaction sont passés de 17 045 $ en 1984 à 314 078 en 1994.

10.6.2 Répercussions sur le chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires de Groupaction a augmenté considérablement après que la compagnie a commencé à recevoir des contrats du gouvernement du Canada, puisqu'il est passé de 11,2 millions de dollars en 1994, avant les contrats du gouvernement, à nettement plus de 40 millions de dollars après l'achat de Gosselin Communication et de Lafleur Communication, comme l'illustre le tableau suivant :

Tableau 73 : Groupaction Marketing - Revenus annuels



D'après le système comptable Adtraq de Groupaction, qui n'englobe pas Gosselin Relations Publiques ni Lafleur Communication, Groupaction a encaissé 51,99 millions de dollars grâce aux contrats du gouvernement entre 1996 et 2002, ce qui représente 28 % de son chiffre d'affaires total selon ce système comptable, pour la même période.

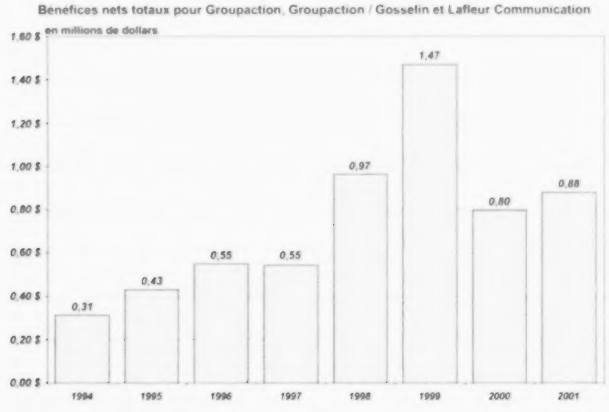
10.6.3 Répercussions sur les résultats nets

Les résultats nets de Groupaction ont continué de diminuer entre 1994 et 2001, comme l'illustre le tableau suivant :

Tableau 74 : Résultats nets de Groupaction Marketing, de Groupaction Gosselin et de Lafleur Communication pour les exercices financiers 1994 à 2001

Année	Groupaction Marketing	Groupaction Gosselin	Lafleur Communication	Total
1994	314 078 $	-	-	314 078 $
1995	431 155	-	-	431 155
1996	548 823	-	-	548 823
1997	544 700	-	-	544 700
1998	964 864	-	-	964 864
1999	891 294	577 451	-	1 468 745
2000	887 927	(91 144)	-	796 783
2001	1 208 557	(292 649)	(36 686)	879 222
Total	5 791 398 $	193 658 $	(36 686 $)	5 948 370 $

Tableau 74a Bénéfices nets de certaines agences de communication



À cause de la diversité des clientèles du groupe, il n'est pas possible d'isoler les bénéfices réalisés sur les contrats du gouvernement du Canada des bénéfices totaux.

10.7
Utilisations notables des fonds par Groupaction

10.7.1 Salaires et dividendes

Salaires

D'après leurs déclarations de revenu ou leur T4, Jean Brault et Joane Archambault ont reçu de Groupaction 3,9 millions de dollars en salaire total entre 1992 et 2001, comme le fait ressortir le tableau suivant.

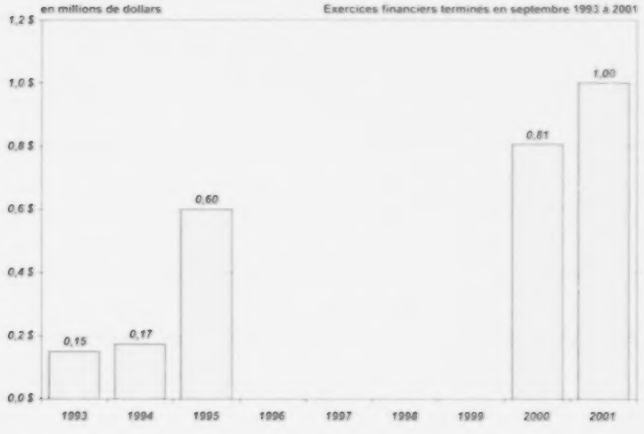
Tableau 75 : Salaires versés par Groupaction à Jean Brault et Joane Archambault, de 1992 à 2001

Année	Jean Brault	Joane Archambault	Total
1992	156 934 $	33 995 $	190 929 $
1993	167 428	36 500	203 928
1994	147 869	37 667	185 536
1995	193 993	n/a	193 993
1996	247 596	46 899	294 495
1997	262 705	48 120	310 825
1998	431 255	56 136	487 391
1999	636 690	69 641	706 331
2000	428 748	77 990	506 738
2001	765 765	60 173	825 938
Total	3 438 983 $	467 121 $	3 906 104 $

Dividendes

Les bénéfices accumulés du Groupaction ont été distribués aux actionnaires sous la forme de dividendes. Durant les exercices 1993 à 2001 terminés au 30 septembre, 2,7 millions de dollars ont ainsi été versés en dividendes :

Tableau 75a : Groupaction Marketing - Dividendes versés



10.7.2 Contributions politiques

Contributions au Parti Libéral du Canada - 170 854 $

D'après les documents disponibles, Groupaction et ses sociétés apparentées ont versé 170 854 $ en contributions politiques au Parti Libéral du Canada entre 1993 et 2002. Ces contributions ont été payées par Groupaction (136 654 $), Alléluia (29 200 $) et Impact Splash (5 000 $).

Le tableau suivant, qui résume les contributions politiques par année et par entreprise, est commenté en détail à la pièce C-298, pages 2 à 4 :

Tableau 76 : Contributions politiques de Groupaction au Parti Libéral du Canada, 1993 à 2002

Année	Groupaction	Alléluia Design	Impact Splash	Total
1993	455 $	-	-	455 $
1994	4 399	-	-	4 399
1995	-	-	-	-
1996	8 100	-	-	8 100
1997	59 300	-	-	59 300
1998	16 400	5 000	-	21 400
1999	40 400	15 000	5 000	60 400
2000	6 400	9 200	-	15 600
2001	1 200	-	-	1 200
2002	-	-	-	-
Total	136 654 $	29 200 $	5 000 $	170 854 $

Autres paiements prétendument liés au Parti Libéral du Canada - 1,76 million de dollars

En plus des contributions politiques au Parti Libéral du Canada, relevées au tableau 76 du présent rapport, d'autres sommes, prétendument liées à des partis politiques ou à des contributions politiques ont été versées sous d'autres formes. Le tableau 77 dresse un sommaire de ces autres paiements, prétendument faits à des partis politiques ou effectués à titre de contributions politiques.

Tableau 77 : Groupaction Marketing - Paiements qui, selon M. Brault, ont été effectués à des fins politiques

	Bénéficiaire ou type de paiement	Montant
1	9004-8612 Quebec Inc. (Comsar)	812 065 $
2	PluriDesign Canada	430 370
3	Investissement Alain Renaud	153 481
4	John Welch	84 500
5	Commando Communication	70 000
6	Groupe Everest	50 000
7	Le Groupe Gosselin et Associés	42 856
8	Productions Caméo	39 850
9	Richard Boudreault via Harel Drouin & Associés	24 975
10	Gestions Richard B. Boudreault	14 790
11	Club de Golf de Vercheres	14 100
12	Restaurant La Tarentella	8 282
13	Georges Farrah	6 000
14	Au Printemps Gourmet	5 168
15	Gabriel ("Gaby") Chrétien	4 000
16	Activités de financement organisées par des gens d'affaires avec présence de ministres	3 150
17	Paiement en argent comptant	Non connus
Total		1 763 587 $

L'annexe 21 du présent rapport donne davantage de détails sur la nature de ces transactions.

Comme on peut le constater à cette annexe, les montants payés à 9004-8612 Québec Inc. et à Investissement Alain Renaud étaient destinés à rémunérer ce dernier pour ses services de lobbying et son travail pour le compte du Parti Libéral du Canada. En outre, comme le précise aussi l'annexe 21, Jean Brault a déclaré avoir effectué un certain nombre de paiements ou de contributions en liquide au Parti Libéral du Canada (section Québec) par l'intermédiaire d'Alain Renaud, de Benoît Corbeil, de Jacques Corriveau et/ou de Giuseppe (Joe) Morselli. Nous avons remarqué dans la comptabilité de Groupaction, comme nous l'indiquons à l'annexe 22, qu'un certain nombre de chèques totalisant 406 514 $ ont pu permettre à Jean Brault de retirer du liquide.

Contributions au Parti Québécois - 21 000 $

Nous avons retrouvé 21 000 $ de paiements effectués par des employés de Groupaction (sept de 3 000 $ chacun). Dans leur témoignage à la Commission, Jean Brault et Bernard Michaud ont indiqué qu'il s'agissait de paiements de contrepartie pour des sommes de 3 000 $ versées au Parti Québécois par des employés.

10.7.3 Paiements à M. Guité et à Oro Communications

Groupaction a versé 127 731 $ à Oro Communications entre octobre 1999 et février 2002 (pièce P-375, p. 40). D'après les documents justificatifs, ces paiements correspondent à des services de M. Guité pour son travail relativement à des achats potentiels, auprès des acheteurs de Groupaction.

De plus, Société Immobilière Alexsim Inc., contrôlée par Jean Brault, a versé 25 000 $ à M. Guité le 19 avril 2001 (pièce C-299, p. 39).

M. Brault a aussi payé 35 000 $ à M. Guité pour l'achat d'une voiture.

10.8
Limitation de la portée

Nous avons réclamé les documents suivants pour notre examen, mais n'avons pu les obtenir :

1. Dossiers complets de tous les contrats des PSC couvrant les années financières du gouvernement de 1996-1997 à 2001-2002. Nous avons bien reçu ces dossiers, mais ils ne semblent pas être complets. Par exemple, ils renferment une lettre datée du 3 juillet 1999 dans laquelle M. Guité autorise Groupaction à détruire des documents relativement aux services de visibilité fournis par Groupe Polygone et Expour pour les contrats des PSC pour les années financières du gouvernement de 1997-1998 et de 1998-1999 (pièce C-296, p. 83).

2. Des photocopies de chèques oblitérés pour toutes les sociétés de Jean Brault. On nous a donné accès à certains chèques, mais il semble que les documents ne soient pas complets.

3. Les états financiers de Groupaction Marketing pour les années 2002 et 2003 se terminant au 30 septembre.

4. Les états financiers de 3488331 Canada Inc. de 1998 à 2003.

5. Les états financiers de 9054-0337 Québec Inc. de 1997 à 2003.

6. Les états financiers de Solution - Ventes & Marketing Inc. de 1998 à 2003.

7. Les états financiers de 3703096 Canada Inc. de 2000 à 2003.

8. Les comptes bancaires de Jean Brault et de Joane Archambault de 1994 à 2003 ainsi que les chèques oblitérés et les livrets de dépôt correspondants.

9. La déclaration de revenu de Joane Archambault pour l'année 1995.

11

Partie onze

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPE POLYGONE ET EXPOUR

11.1
Description de l'entreprise

Expour Inc., Expour 2000 Inc. (regroupées ici sous le nom d'« Expour ») et Groupe Polygone appartiennent à M. Lemay.

Expour organise des expositions, tandis que Groupe Polygone publie des magazines et d'autres périodiques.

11.2
Niveau d'activité

11.2.1 Chiffres d'affaires de Groupe Polygone et d'Expour

Le tableau suivant dresse un sommaire des chiffres d'affaires de Groupe Polygone et d'Expour entre 1993 et 2003. Expour a commencé à recevoir des contrats de PSC en 1997 et Groupe Polygone en 1998.

Tableau 78 : Chiffres d'affaires annuels de Groupe Polygone, Expour et Expour 2000 pour les années 1993 à 2003

Exercice financier	Groupe Polygone	Expour Inc.	Expour 2000 Inc.	Total
1993	5 096 532 $	-	-	5 096 532 $
1994	11 632 800	-	-	11 632 800
1995	10 515 875	519 322	-	11 035 197
1996	11 123 887	506 333	-	11 630 220
1997	10 269 335	2 046 748	-	12 316 083
1998	13 043 749	3 658 782	1 107 997	17 810 528
1999	15 146 991	-	4 738 480	19 885 471
2000	14 201 103	-	4 753 832	18 954 935
2001	14 299 036	-	4 218 063	18 517 099
2002	16 664 745	-	3 356 509	20 021 254
2003	8 206 444	-	1 322 990	9 529 434
Total	130 200 497 $	6 731 185 $	19 497 871 $	156 429 553 $

Tableau 78a : Revenus annuels de certaines agences de communication - 1993 à 2003

11.3
Événements commandités pour le gouvernement du Canada et montants correspondants

Expour a reçu sa première commandite (450 000 $) du gouvernement du Canada pour le Salon National du Grand Air de Montréal en 1997.

Durant les années financières du gouvernement 1996-1997 à 2001-2002, Groupe Polygone et Expour ont reçu 36,7 millions de dollars en commandites et coûts de production connexes par des agences de communication, comme le résume le tableau 79 et le précise la pièce P-326, page 4 :

Tableau 79 : Fonds des PSC reçus par Groupe Polygone, Expour et Expour 2000 pour les années financières du gouvernement 1996-1997 à 2001-2002

Année	Groupe Polygone	Expour et Expour 2000	Coûts de production	Total
1996-97	-	450 000 $	-	450 000 $
1997-98	3 167 580 $	1 236 000	-	4 403 580
1998-99	5 498 965	2 546 550	-	8 045 515
1999-00	4 858 022	2 954 780	807 500	8 620 302
2000-01	7 896 000	2 362 500	600 000	10 858 500
2001-02	2 905 500	1 400 000	-	4 305 500
Total	**24 326 067 $**	**10 949 830 $**	**1 407 500 $**	**36 683 397 $**

Ce tableau ne comprend pas les 2,5 millions de dollars des PSC qui ont été approuvés mais que le gouvernement du Canada n'a pas réglés au Groupe Polygone et à Expour pour divers événements qui se sont tenus en 2001-2002.

L'annexe 23 résume les flux financiers associés aux événements de commandites d'Expour et de Groupe Polygone.

En outre, Groupe Polygone a reçu 1,9 million de dollars d'Armada pour un contrat de publicité du BIC. Si l'on tient compte de ce dernier montant, Groupe Polygone et Expour ont reçu en tout 38,6 millions de dollars dans le cadre des contrats de commandites et de publicité du gouvernement du Canada.

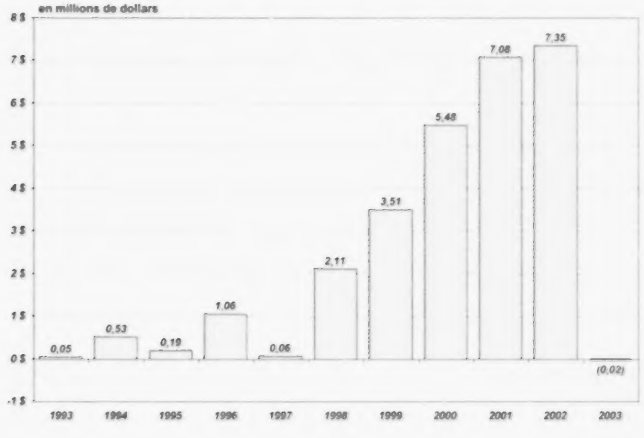
11.4
Apport financier des contrats de commandites du gouvernement du Canada

Le tableau suivant présente les résultats avant impôt de Groupe Polygone et d'Expour entre 1993 et 2003.

Tableau 80 : Résultats avant impôt de Groupe Polygone, d'Expour et d'Expour 2000 pour les années 1993 à 2003

Exercice financier	Groupe Polygone	Expour Inc.	Expour 2000 Inc.	Total
1993	46 033 $	-	-	46 033 $
1994	531 154	-	-	531 154
1995	189 135	3 664	-	192 799
1996	981 941	77 417	-	1 059 358
1997	150 603	(91 548)	-	59 055
1998	1 780 945	57 165	273 213	2 111 323
1999	2 852 456	-	652 421	3 504 877
2000	4 796 593	-	683 331	5 479 924
2001	6 422 719	-	659 480	7 082 199
2002	7 316 508	-	31 847	7 348 355
2003	(42 772)	-	22 034	(20 738)
Total	25 025 315 $	46 698 $	2 322 326 $	27 394 339 $

Tableau 80a Bénéfice avant impôt - Groupe Polygone, Expour et Expour 2000



11.5
Utilisations notables des fonds

11.5.1 Dividendes

De 1998 à 2000, Groupe Polygone a versé 12,6 millions de dollars en dividendes à son actionnaire, une société contrôlée par Luc Lemay (5 240 000 $ en 1998, 5 150 000 $ en 1999 et 2 250 000 $ en 2000). Ces fonds sont venus se confondre avec les autres montants détenus par la principale société de portefeuille de Luc Lemay. M. Lemay a placé l'essentiel de ces fonds dans des titres négociables et dans l'immobilier.

11.5.2 Paiements à PluriDesign Canada

Groupe Polygone et Expour ont versé 5,8 millions de dollars à PluriDesign Canada, société détenue par Jacques Corriveau, comme le précisent les pièces P-322(A) et P-322(B).

À l'origine, Luc Lemay avait retenu les services de M. Corriveau pour l'aider dans la conception et l'organisation du premier Salon National du Grand Air de Montréal. Pour cet événement, M. Corriveau a reçu 108 000 $ d'honoraires professionnels, d'après les factures produites (pièce P-338).

Les dernières factures émises par PluriDesign donnent la description du travail de M. Corriveau au titre de contrats de services professionnels. En outre, les factures sont presque toutes associées à des salons, domaine dans lequel M. Corriveau avait déjà effectué un certain travail pour M. Lemay. Aucune facture n'a été émise par M. Corriveau pour les capsules radiophoniques.

Les factures de PluriDesign indique que M. Corriveau a facturé des honoraires de 136 500 $ en tout à Expour pour le Salon de Québec qui a été annulé, et de 241 000 $ pour le Salon International de la Machinerie Agricole qui a également été annulé. De plus, PluriDesign a facturé 1 015 600 $ à Expour pour les salons de Sherbrooke et de Trois-Rivières. Expour n'était pas le promoteur de ces événements, mais l'acheteur des véhicules de visibilité pour un montant total de 100 000 $.

Les 5,8 millions de dollars versés par les sociétés de M. Lemay à PluriDesign Canada représentent 15,9 % des 36,7 millions de dollars de fonds de commandites du gouvernement du Canada reçus par les entreprises de M. Lemay.

11.5.3 Paiements au groupe d'entreprises de Jean Brault

Les entreprises de Luc Lemay ont versé 2,1 millions de dollars aux sociétés de M. Brault, comme l'indiquent l'annexe 20 et le graphique des flux financiers de la partie 5 du présent rapport.

11.5.4 Contributions politiques

Les compagnies de M. Lemay ont versé une contribution à hauteur de 23 361 $ au Parti Libéral du Canada, comme le montre la pièce P-328(B), pages 560 à 568.

11.6
Limitation de la portée

Nous avons demandé les documents suivants pour notre examen, mais ne les avons pas obtenus :

1. Comptes bancaires, chèques oblitérés et carnets de dépôt de Groupe Polygone, d'avril 1997 à mars 2000.

2. Grand livre de Groupe Polygone pour les exercices financiers 1998 à 2000.

3. Factures des fournisseurs de Groupe Polygone pour les exercices financiers 1998 à 2000.

4. Comptes bancaires, chèques oblitérés et carnets de dépôt d'Expour Inc. d'avril 1996 à mars 1998.

5. Grand livre d'Expour Inc. pour les exercices financiers 1997 et 1998.

6. Factures des fournisseurs d'Expour Inc. pour les exercices financiers 1997 et 1998.

7. Factures des fournisseurs d'Expour 2000 Inc. d'avril 1998 à janvier 1999.

Selon M. Lemay, la documentation susmentionnée n'existe plus.

12

PARTIE DOUZE

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — PLURIDESIGN CANADA INC.

12.1
Description de l'entreprise

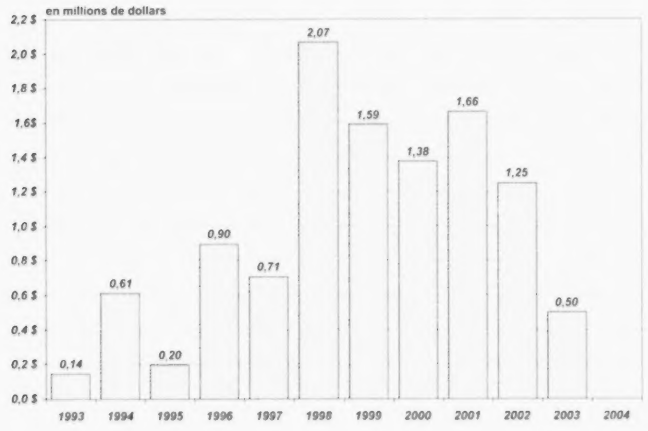
PluriDesign Canada Inc. (« PluriDesign ») appartient à M. Corriveau, par le truchement de Jacques Corriveau Designer Inc. (société de portefeuille), et elle était spécialisée dans la conception graphique et la fourniture de services connexes.

12.2
Niveau d'activité

12.2.1 Chiffres d'affaires annuels

Le tableau suivant donne un historique des chiffres d'affaires de PluriDesign.

Tableau 81 : PluriDesign Canada Inc. - Revenus annuel

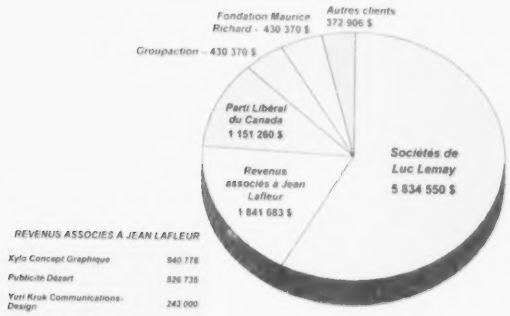


Le chiffre d'affaires a commencé à augmenter en 1998, en partie grâce au travail que Jacques Corriveau et PluriDesign ont effectué dans le cadre des élections fédérales de 1997. Pour l'exercice se terminant au 28 février 1998, PluriDesign a ainsi touché 869 175 $ du Parti Libéral du Canada (pièce P-332, p. 211). À l'examen des dossiers de PluriDesign, nous n'avons constaté aucun versement provenant du Parti Libéral du Canada ou d'un de ses candidats pour les élections générales de 2000, pour quelque travail ayant pu être réalisé par M. Corriveau.

12.2.2 Ventilation du chiffre d'affaires par client

D'après les factures adressées aux clients de PluriDesign et le registre des factures pour les exercices financiers de 1996 à 2004, terminés en février, les principaux clients de cette firme étaient les suivants, selon la pièce P-332, page 211 :

Tableau 81a : PluriDesign Canada Inc. - Revenus par client - 1996 à 2004



REVENUS ASSOCIÉS À JEAN LAFLEUR	
Xylo Concept Graphique	940 776
Publicité Dézert	826 735
Yuri Kruk Communications-Design	243 000
Fabrique de la Paroisse de Saint-Adolphe	131 172
TOTAL	1 841 683

Les chiffres d'affaires associés à M. Lafleur concernent essentiellement des sous-contrats que Xylo Concept Graphique (société détenue par Pierre Davidson), Publicité Dézert (société détenue par Éric Lafleur) et Yuri Kruk Communications-Design (société détenue par Yuri Kruk) ont donné à PluriDesign. Les firmes susmentionnées étaient des sous-traitants directs de Lafleur Communication. Les sommes perçues de La Fabrique de la Paroisse de Saint-Adolphe sont liées à la rénovation de l'église financée personnellement par Jean Lafleur.

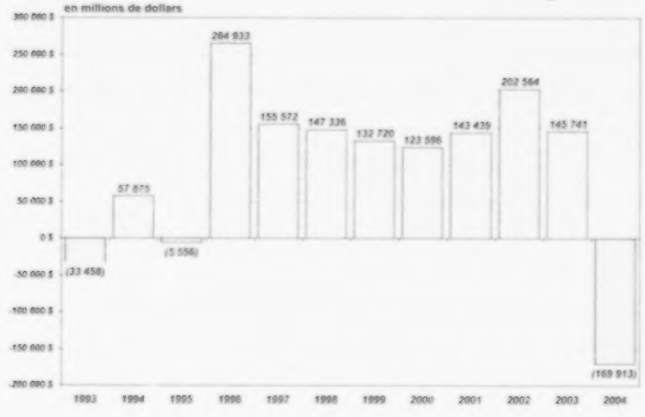
Les documents disponibles ne précisent pas quels services PluriDesign a éventuellement rendus à Groupaction contre la somme de 430 370 $.

12.3
Apport financier des commandites du gouvernement du Canada

12.3.1 PluriDesign Canada

Le tableau suivant dresse un historique des résultats nets de PluriDesign qui sont de 1,1 million de dollars en tout. En plus de ces montants, Jacques Corriveau a reçu 4,4 millions de dollars en salaires et primes/gratifications entre 1995 et 2003, comme l'indique la partie 12.4.1 du présent rapport.

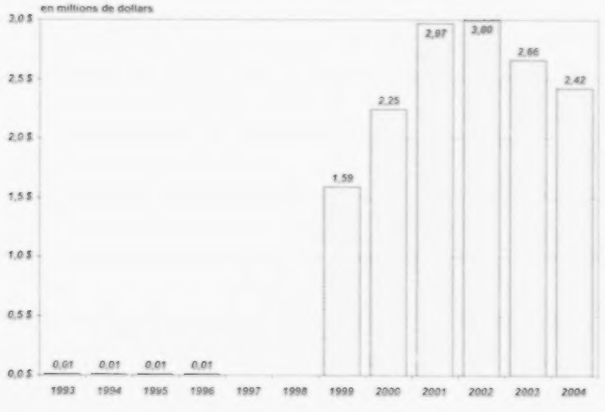
Tableau 82 : PluriDesign Canada Inc. - Bénéfices nets de 1993 à 2004



12.3.2 Jacques Corriveau Designer Inc.

Le tableau suivant dresse un historique des avoirs de Jacques Corriveau Designer Inc. De 1993 à 1998, la compagnie a été inactive et elle n'avait presque aucun actif. C'est en 1999 que les actifs ont commencé à augmenter, sous l'afflux des dividendes versés par PluriDesign (1 085 000 $), d'autres avances de PluriDesign à partir de la trésorerie de cette société et du réinvestissement des primes payées à Jacques Corriveau par PluriDesign.

Tableau 83 : Jacques Corriveau Designer Inc. - Total des actifs



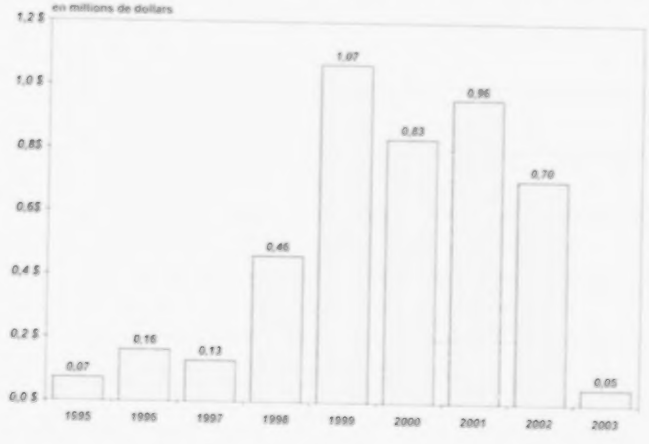
Au 28 février 2004, les avoirs de Jacques Corriveau Designer Inc. étaient constitués de liquidités (1 051 703 $), de titres négociables (1 364 871 $) et d'autres actifs (4 635 $).

12.4 Utilisations notables des fonds par PluriDesign Canada

12.4.1 Salaires et primes à Jacques Corriveau

D'après les déclarations de revenu de Jacques Corriveau, celui-ci a reçu 4,4 millions de dollars de salaires et de primes de PluriDesign entre 1995 et 2003, comme le résume le tableau 84 et le précise la pièce P-332, page 218.

Tableau 84 : Revenus d'emploi de PluriDesign - M. Jacques Corriveau



D'après les informations examinées, Jacques Corriveau se serait versé un salaire annuel d'environ 60 000 $ et aurait reçu le reste sous la forme de primes. M. Corriveau a réinvesti dans Jacques Corriveau Designer Inc., sa société de portefeuille, 1,8 million de dollars sur les quelque 2 millions de dollars nets après impôt correspondant aux primes qu'il s'est versées. Le reste des primes nettes après impôt, soit environ 200 000 $, a été redéposé dans PluriDesign et ensuite transféré à Jacques Corriveau Designer Inc.

12.4.2 Dividendes

Sur les 1 164 849 $ de bénéfice net provenant de PluriDesign (bénéfice après paiement des salaires et des primes à Jacques Corriveau), 1 085 000 $ ont été payés à Jacques Corriveau Designer Inc. sous la forme de dividendes (600 000 $ en 1999, 160 000 $ en 2000, 125 000 $ en 2001 et 200 000 $ en 2002).

12.4.3 Contributions politiques

Jacques Corriveau et son épouse ainsi que les sociétés qu'il détient ont versé une contribution de 53 189 $ au Parti Libéral du Canada, comme le précise la pièce P-332, aux pages 220 à 256.

12.4.4 Coûts de production

PluriDesign a assumé un coût de production de 2,8 millions de dollars pour les exercices de 1993 à 2004 se terminant au 28 février, comme l'indique la pièce P-332, page 94.

À partir de l'analyse des coûts de production pour les exercices 1998 à 2003 terminés au 28 février (pièce P-332, page 213), les plus importants sous-traitants de PluriDesign, par valeur des contrats, ont été les suivants :

Tableau 85 : Sous-traitants les plus importants de PluriDesign Canada Inc., par valeur de contrat, 1998 à 2004

Nom du sous-traitant	Montant
Quad	303 233 $
Mirabau	149 358
Super Impression	140 238
Imprimerie Production	85 856
Interpôles	74 300
Grafix Studio	71 499
Le Groupe Gosselin et Associés	55 200
Impression Arts Ltd	53 203
Matériaux Pont Masson	52 233
Sérigraphie 2000	51 594
MP Photo Reproduction	49 997

12.5
Limitation de la portée

Nous avons réclamé la documentation suivante, mais n'avons pu l'obtenir pour notre examen :

1. Comptes bancaires de Jacques Corriveau de 1994 à août 1999.

2. Chèques oblitérés correspondants aux comptes bancaires de Jacques Corriveau de 1994 à 2003.

3. Factures des fournisseurs de PluriDesign Canada de 1994 à 2003.

4. Factures aux clients de PluriDesign Canada de 1994 à 2003. Les factures qui nous ont été fournies étaient incomplètes, nous avons en particulier constaté que nombre d'entre elles, émises à Publicité Dézert et Xylo Concept Graphique, étaient manquantes.

13

PARTIE TREIZE

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPE EVEREST

13.1
Description de l'entreprise

13.1.1 Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc.

Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc. (« Groupe Everest ») a été constitué le 26 mars 1985. Groupe Everest était une société de portefeuille pour différentes personnes morales appartenant au groupe de compagnies Groupe Everest (« compagnies du Groupe Everest ») qui fournissaient des services de communication au gouvernement du Canada avant et pendant les PSC, de même qu'à des clients des secteurs privé et public. Voir la pièce P-340(B) qui présente la structure organisationnelle et du capital social du groupe.

Les divers investissements de Groupe Everest dans des filiales, dans des sociétés satellites et dans Interpublic GRP Inc. pour la période de 1993 à 2003 sont précisés à l'annexe 24 jointe au présent rapport.

13.1.2 Compagnies du Groupe Everest

La structure de fonctionnement des compagnies du Groupe Everest est décrite en détail aux pièces P-340(A) et elle est résumée au tableau 86. Pendant la période des contrats des PSC, les compagnies du Groupe Everest comptaient environ 200 employés.

Tableau 86 : Sommaire des opérations des compagnies du Groupe Everest

Compagnie	Date de création	Principales opérations	Notes
Everest Commandites (G.E.C.M.) Inc.	1er février 1985	Commandites/promotions	Anciennement Everest Promotion (G.E.C.M.) Inc.
Everest Estrie Publicité (G.E.C.M.) Inc.	1er novembre 1976	Services de communication et de marketing dans les Cantons de l'Est	
Everest Relations Publiques (G.E.C.M.) Inc.	15 juin 1987	Relations publiques	
Lambert Multimedia Inc.	31 octobre 1995	Services de production audiovisuelle	
Sensas (G.E.C.M.) Inc.	28 août 1998	Services de production et vente d'articles promotionnels	
Everest Versant Ouest Inc.	27 août 1996	Services de communication et de marketing à Ottawa	Anciennement 3289796 Canada Inc.
Everest Publicité (G.E.C.M.) Inc.	13 février 1980	Services de communication	Fusionnée avec 176698 Canada Inc. (anciennement Everest Publicité Promotions (G.E.C.M.) Inc.)
Everest Publicité Promotions (G.E.C.M.) Inc.	10 août 1984	Services de publicité et de promotion	Anciennement Ascension Création fusionnée avec Everest Publicité (G.E.C.M.) Inc. en 1999
Média/I.D.A. Vision Inc.	1er août 1997	Agence de référence à compter du 1er avril 1998	Anciennement 3397823 Canada Inc.
Mediavision W.W.P.	21 septembre 1998	Gestion, planification, négociations et achat de publicité, essentiellement pour Média/I.D.A. Vision	

À cause de la structure d'exploitation complexe et des dossiers financiers incomplets, il nous a été difficile de déterminer qui avait reçu des fonds au titre des contrats des PSC, quelles sociétés avaient participé aux contrats de TPSGC et quels coûts les compagnies du Groupe Everest avaient assumés, au bout du compte, dans l'exécution de ces contrats. À l'examen des données financières disponibles au sujet de ces sociétés, il ressort que les compagnies du Groupe Everest se sont livrées à de nombreuses transactions intercompagnies.

Le 14 février 2000, Draft Worldwide Canada Inc. (« Draft ») s'est porté acquéreur de toutes les actions émises et en circulation des cinq filiales de Groupe Everest,[20] : Everest Commandites (G.E.C.M.) Inc. (« Everest Commandites »), Lambert Multimedia Inc., Everest Relations Publiques (G.E.C.M.) Inc. (« Everest Relations Publiques »), Sensas (G.E.C.M.) Inc. (« Sensas ») et Everest Estrie Publicité (G.E.C.M.) Inc. (« Everest Estrie »). Draft fait partie de Interpublic Group of Companies (« IPG »), société ouverte américaine.

À la suite de la transaction avec Draft, Groupe Everest a continué d'obtenir des contrats de TPSGC dans le cadre des PSC. Les filiales détenues par Draft ainsi que les entreprises qui sont demeurées dans le giron de Groupe Everest ont continué à exécuter ces contrats, tout comme avant la transaction.

Le 27 décembre 2002, Draft a acheté les autres filiales actives de Groupe Everest.

Le prix d'achat versé par Draft aux différents vendeurs[21] a été payé en liquide pour les valeurs d'actions indiquées dans le tableau suivant :

[20] Voir la pièce P-340(A), annexe III, qui donne un sommaire des transactions ainsi que la pièce P-362 qui précise les ententes conclues entre l'acheteur et les vendeurs.

[21] Juste avant la transaction, ces filiales avaient été transférées à 3698866 Canada Inc., filiale détenue en propriété exclusive par Groupe Everest.

[22] Les vendeurs sont : Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc., Diane Deslauriers, Charles Choquette et 9086-8225 Québec Inc. Nous n'avons reçu aucun détail sur la répartition des montants en liquide entre les différents vendeurs.

Tableau 87 : Paiement des actions détenues par Draft
(en milliers de $)

	Liquide	Valeur des actions	Total
15 décembre 2000	7 000	-	7 000
27 février 2001	16 045	1 783	17 828
13 juin 2002	24 750	2 750	27 500
Total	47 795 $	4 533 $	52 323 $

La pièce P-362 donne le détail de ces transactions.

13.1.3 Caliméro Partenariat Inc.

Cette société avait pour vocation de négocier et d'administrer des événements de commandites pour Everest Commandites, dans le secteur privé et dans le secteur public. Elle ne faisait pas partie des compagnies du Groupe Everest.

Le 14 février 2000, Draft s'est porté acquéreur de toutes les actions émises et en circulation de Caliméro.

Mme Deslauriers était la seule employée de Caliméro et elle bénéficiait de la collaboration des employés d'Everest Commandites pour gérer les événements de commandites, si besoin était.

13.1.4 Premières transactions de Groupe Everest avec le gouvernement du Canada

Avant que le Parti Libéral du Canada ne soit élu en 1993, Groupe Everest a facturé au groupe Communications Canada pour 1,1 million de dollars de publicité durant les années financières du gouvernement 1990-1991 et 1992-1993.

13.2
Processus de sélection du gouvernement

13.2.1 Processus de sélection en publicité

Le tableau 88 dresse la liste des processus de sélection remportés par Groupe Everest. La pièce P-416 donne une liste détaillée de tous les processus répertoriés.

Tableau 88 : Processus de sélection en publicité

Date du rapport final	Ministère	Agence ou Consortium retenu
25 avril 1994	Banque du Canada – Obligations d'épargne du Canada	Consortium Everest et Gingko
8 février 1995	Patrimoine canadien	Groupe Everest; BCP Canada; Compass Communications; Palmer Jarvis Communications; Vickers & Benson
8 août 1995	Finances – Obligations d'épargne du Canada	Consortium constitué par Vickers & Benson et Groupe Everest
1er septembre 2000	Bureau d'informations Canada	Allard & Johnson Communications Inc ; Armada; Groupe Everest; Ensemble Consortium (composé de Groupaction, de Vickers & Benson, de Focus, anciennement connu comme Palmer Jarvis, Compass Communications et Coffin)
6 février 2001	Patrimoine canadien et Parcs Canada	Groupe Everest et Consortium composé de Publicité Martin et de Scott Thornley
11 mai 2001	TPSGC	Groupe Everest; Gosselin; Lafleur; Groupaction; TNC Multicom; Compass; Armada; Bristol; Coffin

13.2.2 Patrimoine canadien 1995

En janvier 1995, Groupe Everest a participé au processus de sélection lancé par Patrimoine canadien pour recruter des firmes de publicité. Le questionnaire de recherche d'agence, préparé par Groupe Everest, daté du 12 janvier 1995[23], indique que la facturation totale du groupe pour 1993 et 1994 était de 32 et 33,5 millions de dollars respectivement. Cependant, les états financiers consolidés de Groupe Everest ne font état que de chiffres d'affaires totaux de 7,6 millions et de 6,4 millions de dollars respectivement.

[23] Addendum à la pièce P-19.

13.2.3 Processus de sélection pour les PSC

Après le processus de sélection lancé par Patrimoine canadien pour la publicité, M. Guité a inscrit les agences sélectionnées sur une liste de fournisseurs qualifiés pour des contrats de communication et de publication, pour le compte de TPSGC/SPROP (voir la pièce P-19, onglet 20). Groupe Everest était l'un de ces fournisseurs qualifiés.

13.2.4 Agence de référence : Média/I.D.A. Vision

Le 12 décembre 1997, Groupe Everest, Paul Martel Inc. et Médiavision, sociétés représentant 3428265 Canada Inc. et I.D.A. Vision (3289796 Canada Inc.) ont fait une présentation au gouvernement du Canada à la suite d'un appel d'offres visant à recruter une agence de référence pour l'achat d'espaces dans les médias. Le 31 mars 1998, le gouvernement du Canada a conclu un contrat avec Média/I.D.A. Vision (3397823 Canada Inc.), le Groupe Everest étant garant de l'exécution, pour offrir des services d'agence de référence au gouvernement du Canada dans le cadre de contrats de publicité et de commandites. Ce contrat devait s'étendre du 1er avril 1998 au 31 mars 2003.

13.3 Contrats du gouvernement du Canada

13.3.1 Contrats des PSC

Durant les années financières du gouvernement 1994-1995 et 2002-2003, les compagnies du Groupe Everest ont géré 67,7 millions de dollars de contrats des PSC dont 42,6 millions de dollars par le Groupe Everest et des sociétés apparentées(25,6 millions de dollars correspondaient à des contrats d'Attractions Canada) et 25,1 millions de dollars de directives à Genesis Media ou Média/I.D.A. Vision, comme le résume le tableau 89.

Tableau 89 : Contrats des PSC gérés par le Groupe Everest pendant les années financières du gouvernement 1994-1995 à 2002-2003

Année financière	Contrats au Groupe Everest et à des sociétés apparentées	Directives à Genesis Media ou Média/I.D.A. Vision	Total
1994-1995	348 753 $	0 $	348 753 $
1995-1996	1 120 890	1 339 200	2 460 090
1996-1997	7 076 343	553 318	7 629 661
1997-1998	12 332 472	367 645	12 700 117
1998-1999	8 344 192	4 913 309	13 257 501
1999-2000	5 204 927	4 209 000	9 413 927
2000-2001	4 410 183	5 640 750	10 050 933
2001-2002	3 724 308	6 034 625	9 758 933
2002-2003	35 851	2 012 500	2 048 351
Total	42 597 919 $	25 070 347 $	67 668 266 $

Le lecteur trouvera une liste détaillée des contrats octroyés aux compagnies du Groupe Everest à la pièce P-346 (pages 4 à 22).

Attractions Canada

Attractions Canada était un programme de partenariat entre le gouvernement du Canada, des entreprises privées et les médias[24]. Il avait pour objet de renseigner les Canadiens, grâce à des publicités et des activités promotionnelles, sur les attractions canadiennes, notamment sur des lieux historiques, des parcs naturels, des musées et des attractions semblables. Groupe Everest considérait qu'il s'agissait d'un programme de publicité et que le travail devait être principalement exécuté et facturé par Everest Publicité Promotions. Le concept Attractions Canada avait été mis au point par Groupe Everest pour le BIC, proposition qui avait été acceptée par le gouvernement du Canada.

Le programme Attractions Canada a été lancé durant l'année financière du gouvernement de 1996-1997. En tout, 13 contrats totalisant 25,6 millions de dollars ont été émis par le gouvernement du Canada, à ce sujet, durant les années financières 1996-1997 à 2001-2002. De plus, la dernière année, soit en 2002-2003, un contrat de publicité de 3,5 millions de dollars, qui a ensuite été ramené à 2,25 millions de dollars avant d'être annulé, a été émis par le gouvernement. La valeur totale des contrats octroyés dans le cadre d'Attractions Canada s'est élevée à 27,9 millions de dollars.

[24] www.attractionscanada.com - Pièce P-90C, page 99.

Durant la période de 1996-1997 à 2002-2003, les contrats ne précisaient généralement pas la destination des fonds entre le placement média, les commandites et les coûts de production. Mais divers contrats précisaient comme condition que les 25,6 millions de dollars étaient destinés à des coûts de production et que 2,263 millions de dollars devaient être consacrés à du placement média, 56 718 $ étant destinés à des commandites.

Nous avons analysé les factures pour les années 1996-1997 à 2000-2001, dans le cas de contrats totalisant 22,1 millions de dollars. Nous avons constaté que les sommes facturées par les Compagnies du Groupe Everest s'élèvent à 21,8 millions de dollars :

Tableau 90 : Attractions Canada - Sommaire des factures
(en million $)

	Total
Coûts de production	12,3
Placement média	8,1
Commission d'agence	1.4
Total	21,8 $

Voir la pièce P-347, pages 14 à 19, qui donne davantage de détails sur ce contrat. Sur les 12,3 millions de dollars de coûts de production, 6,2 millions ont été sous-traités à des fournisseurs extérieurs et 6,1 millions de dollars sont demeurés au sein du Groupe Everest pour des honoraires professionnels, des coûts de production et les commissions, comme le résume le tableau ci-dessous :

Tableau 91 : Attractions Canada - Ventilation des coûts de production[25]
(en milliers $)

Description	Coûts internes[26]			Coûts internes totaux	Coûts externes totaux	Coûts totaux
	Honoraires professionnels	Commission d'agence	Coûts de production			
Production relative aux médias	383,5 $	334,5 $	554,9 $	1 273,0 $	1 413,9 $	2 686,8 $
Frais fixes – « Structure permanente »	1 150,0	-	-	1 150,0	-	1 150,0
Galas	303,2	36,7	95,2	435,1	318,1	753,3
Site Internet	0,4	62,3	258,8	321,5	137,3	458,8
Serdy Vidéo – « Le Gout de Chez Nous »	60,2	141,2	-	201,4	800,0	1 001,4
Événements du millénaire	197,4	-	-	197,4	-	197,4
Concours	105,5	38,0	2,1	145,6	360,9	506,5
Articles promotionnels	0,2	31,8	18,2	50,2	162,2	212,4
Logotypes	44,2	0,2	1,2	45,5	-	45,5
Autres factures	1 170,8	218,4	950,7	2 339,9	2 979,1	5 319,0
Totaux	3 415,3 $	863,2 $	1 881,1 $	6 159,6 $	6 171,5 $	12 331,2 $

13.3.2 Contrats de publicité

De 1995 à 2003, Groupe Everest a fait office d'agence de communication pour les contrats de publicité émanant de divers ministères fédéraux, pour un total de 40,45 millions de dollars. Pour cela, elle a dispensé des services de production et de planification média. Une liste complète des contrats de publicité en question apparaît à l'annexe 10.

En résumé, les 40,45 millions de dollars se divise de la façon suivante :

Tableau 92 : Ventilation des contrats de publicité
(en millions $)

	Total
Placement média	15,11
Production	25,34
Total	40,45 $[27]

[25] Source : Factures (disponibles) des compagnies du Groupe Everest et des fournisseurs.

[26] Coûts facturés par l'une des compagnies du Groupe Everest ou sous-traitées à l'une des sociétés apparentées, tandis qu'aucune facture de sous-traitant extérieur n'apparaît.

[27] Le total et la répartition donnés à la pièce P-346, sont légèrement différents, les données du tableau 92 s'appuyant sur des renseignements plus récents.

13.4
Administration des contrats

13.4.1 Programmes spéciaux et de commandites

La quasi-totalité des contrats des PSC a été émise à « Groupe Everest » par TPSGC. Les contrats ont été exécutés par des sociétés membres du groupe Everest, surtout par Everest Commandites, Everest Publicité et Everest Publicité Promotions.

Les compagnies du Groupe Everest ont facturé TPSGC ou Média/I.D.A. Vision sur papier à en-tête de Groupe Everest portant une annotation en bas de page qui indiquait à quelle société du groupe le chèque devait être émis. La facture et les rentrées correspondantes étaient ensuite consignées dans la compagnie du groupe à laquelle le paiement avait été effectué. En plus des factures émises par les compagnies du Groupe Everest, nous avons relevé six factures pour un total de 3,8 millions de dollars avant impôt qui auraient été directement facturées par Groupe Everest Inc. (Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc.) à TPSGC relativement à divers contrats concernant Attractions Canada. Ces factures sont énumérées à l'annexe 25.

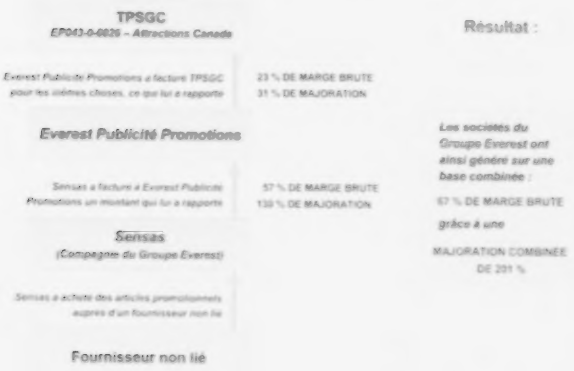
Après la vente de certaines filiales du Groupe Everest à Draft, en février 2000, rien n'a changé dans l'exécution des contrats, ces derniers continuant d'être émis à « Groupe Everest » et d'être exécutés par des filiales qui étaient désormais détenues par Draft, dont Everest Commandites, et par des filiales que possédait encore le Groupe Everest. À noter que Draft n'était pas au nombre des agences sélectionnées par TPSGC.

Facturations intercompagnies

Pour exécuter les contrats de commandites et de production, Groupe Everest avait recours aux compétences et services de ses sociétés apparentées. Les services offerts à une compagnie apparentée étaient facturés soit à prix coûtant, soit moyennant une marge. Nous avons relevé plusieurs cas où le gouvernement du Canada a été facturé à un montant correspondant au total des marges prélevées par chaque société apparentée du Groupe Everest ayant fourni un service, montant auquel on a ajouté les 17,65 % de commission d'agence.

Par exemple, dans le cadre du contrat EP043-0-0026, Everest Publicité Promotions a émis des factures à TPSGC pour des articles promotionnelles achetés pour Attractions Canada auprès de Sensas, société apparentée. Le tableau 93 résume la transaction. Voir également l'annexe 26 qui analyse ce contrat en détail.

Tableau 93 : Groupe Everest - Facturation intercompagnies et majoration (EP043-0-0026



À cause de la nature complexe des systèmes comptables des compagnies du Groupe Everest et du manque de documents d'appui, nous n'avons pu examiner ni quantifier tous les cas où des marges cumulatives ont été facturées au gouvernement du Canada à cause de facturations intercompagnies.

Autres rémunérations provenant de bénéficiaires des commandites

Nous avons examiné huit événements commandités pour lesquels les compagnies du Groupe Everest ont reçu des » commissions d'intermédiaire « versées par les bénéficiaires, en plus des honoraires d'agence payés par TPSGC. Nous avons également relevé un cas où le bénéficiaire de la commandite, Riopelle, a directement versé une commission d'intermédiaire à Caliméro. En tout, les compagnies du Groupe Everest et Caliméro ont reçu 1 million de dollars en commissions d'intermédiaire et commissions d'agence pour les huit contrats en question. Sur cette somme, les compagnies du Groupe Everest et Caliméro ont reçu des commissions d'intermédiaire de 595 250 $, soit 16,6 % du total des commandites. Le tableau 94 donne la liste des huit contrats en question ainsi que des commissions d'intermédiaire et commissions d'agence.

Tableau 94 : Sommaire des commissions d'agence et des commissions d'intermédiaire versées à Everest et à Caliméro (en milliers $)

Événement	Contrat	Montant de la commandite de TPSGC	Commission d'agence de communication	Honoraire de d'intermédiaire	Commission d'AR	Total perçu par Everest et Caliméro
Jeux du Québec	EN771-7-0016	220.0	26.4	37.0	–	63.40
Jeux du Québec	EP043-01-0115	150.0	18.0	30.0	4.50	52.50
Parc-des-Îles	EN771-7-0016	500.0	60.0	100.0	-	160.00
Parc-des-Îles	EN771-8-0010	625.0	75.0	93.75	18.75	187.50
Parc-des-Îles	EP043-9-0047	500.0	60.0	75.0	15.00	150.00
Riopelle	EN771-8-0010	75.0	9.0	6.0	2.25	17.25
Salon National du Grand Air	EN771-6-0182	555.0	45.0	111.0	-	156.00
Salon National du Grand Air	EN771-7-0119	950.0	114.0	142.5	—	256.50
Total		3 575,0 $	407,4 $	595,25 $	40,50 $	1 043,50 $

Voir les pièces P-324, P-354, P-355 et P-357 qui donnent les détails de ces événements.

Caliméro a été rémunérée par les compagnies du Groupe Everest par le biais de commissions. En effet, Caliméro facturait à Everest Commandites 25 % des événements qu'elle avait « dénichés ». De plus, quand Mme Deslauriers participait à la gestion de l'événement, Caliméro facturait au Groupe Everest 25 % de plus sur la commission d'agence payés par TPSGC.

Dans les documents que nous avons pu examiner, nous avons constaté que M^me^ Deslauriers correspondait avec les bénéficiaires des commandites, comme si elle avait été chargée de projets pour la division des commandites d'Everest Promotion.

Heures facturées pour le travail effectué par M^me^ Deslauriers

À l'occasion de notre examen des factures que les compagnies du Groupe Everest ont adressées à TPSGC au titre des coûts de production pour les années financières du gouvernement de 1996-1997 à 1999-2000, nous avons remarqué que certaines factures comportaient des honoraires professionnels pour M^me^ Deslauriers. Toutefois, il convient de souligner que M^me^ Deslauriers n'était pas employée d'une des compagnies du Groupe Everest pendant cette période. Voici le temps facturé pour cette personne, d'après notre analyse des coûts de production :

Tableau 95 : Temps facturé pour M^me^ Deslauriers

Contrat	Événement	Total des heures
EN771-6-0169	325e de la Ville de Terrebonne	187,0
EN771-8-0010	Événements multiples	354,5
EN771-8-0093	Challenge Automobile sur Glace du Canada	5,0
EP043-9-0040	LFC	146,0
EP043-9-0041	LNH	181,0
EP043-9-0042	Club des Marins	3,0
EP043-9-0043	Expos de Montréal	39,0
EP043-9-0044	Maximum Blues	15,0
EP043-9-0226	Championnat du Monde de Triathlon	5,5
Total		936,0

Contrat à Art Tellier

Le 1er avril 1999, TPSGC a émis le contrat EP043-9-0051 à Everest Estrie pour la somme de 461 827 $ destinée à couvrir des coûts de production d'articles promotionnels. Everest Estrie a sous-traité le travail à Communications Art Tellier Inc. (« Art Tellier »)[28]. D'après le bon de commande daté du 16 avril 1999, M. Guité de TPSGC avait approuvé la commande passée directement auprès de Art Tellier. Art Tellier a exécuté le travail et facturé 390 000 $ à Everest Estrie. Cette dernière société a facturé 68 835 $ (17,65 %) à TPSGC en commission d'agence relativement à l'exécution du contrat.

D'après la documentation fournie à la Commission, il semble qu'Everest Estrie ait touché sa commission d'agence de 68 835 $ pour avoir préparé un simple bon de commande adressé à Art Tellier, avoir facturé TPSGC et réglé les articles promotionnels commandés à Art Tellier.

Responsabilités d'AR de Média/I.D.A. Vision pour les contrats des PSC

Média/I.D.A. Vision avait un employé ou deux chargés de gérer les dossiers des commandites pour lesquels l'agence était AR. Ces employés effectuaient la vérification administrative de la réception des fonds de TPSGC et émettaient les chèques aux agences et bénéficiaires des commandites.

D'après le contrat conclu entre le gouvernement du Canada et Média/I.D.A. Vision, en date du 31 mars 1998[29], il ressort que Média/I.D.A. Vision devait assumer certaines obligations relativement à la commandite :

> « 1. Contrôler les événements/activités de commandites selon les ententes conclues par les agences de création publicitaire ou par les firmes de communication;
>
> 2. Veiller à optimiser les ressources pour le compte de Sa Majesté;
>
> 3. Contrôler la qualité des services offerts dans le cas des services de commandites. »

[28] Art Tellier est une société appartenant à Benoit Renaud.

[29] Contrat conclu entre le gouvernement du Canada et Média/I.D.A. Vision daté du 31 mars 1998, pages 15 et 16.

D'après la documentation remise à la Commission, il semble que les employés de Média/I.D.A. Vision n'aient pas :

- contrôlé les événements de commandites selon les termes de l'entente;
- cherché à déterminer si les ressources du gouvernement avaient été optimisées;
- contrôlé la qualité des services offerts dans le cadre des services de commandites.

13.5 Apport financier des contrats de publicité et des PSC pour les compagnies du Groupe Everest

13.5.1 Limitation de la portée financière

Les tableaux 97 à 100 donnent une idée de l'évolution des chiffres d'affaires et des résultats pour les compagnies du Groupe Everest entre 1995 et 2002. Cette information est fondée sur les documents remis à la Commission. Nous ne sommes pas en mesure de produire des chiffres d'affaires ni des états des résultats consolidés complets pour la période visée par cet examen à cause des limitations suivantes :

- le Groupe Everest n'a pas préparé d'état financier consolidé après l'exercice terminé au 31 décembre 1999. De plus, nous avons demandé, sans jamais les recevoir, les états financiers consolidés de Groupe Everest pour l'exercice terminé au 31 août 1999;
- nous avons demandé, sans jamais les recevoir, les dossiers comptables financiers internes (Adtraq) pour toutes les compagnies du Groupe Everest, pour la période visée par notre examen;
- nous avons demandé, sans jamais les obtenir, les états financiers pour Groupe Everest C.M. - P.C.R. Inc. pour l'exercice financier terminé au 31 décembre 2003;

- nous avons demandé, sans jamais les obtenir, les documents de travail des comptables des compagnies du Groupe Everest pour la période visée par notre examen.

13.5.2 Chiffre d'affaires

De 1995 à 2002, le Groupe Everest et ses sociétés apparentées avaient des clients appartenant au secteur public et au secteur privé. Le tableau 96 présente les chiffres d'affaires combinés du Groupe Everest de 1995 à 2002, pour les entreprises sur lesquelles nous disposions de données. Pour les années 1995 à 1998, Kroll a pu déterminer les chiffres d'affaires combinés à partir des états financiers consolidés de Groupe Everest. Pour les années 1999 à 2002, les chiffres d'affaires combinés ont été préparés par nos soins à partir des états financiers non consolidés de Groupe Everest et des états financiers des différentes sociétés actives, après élimination du chiffre d'affaires des parties sous contrôle commun[30].

Tableau 96 : Chiffres d'affaires combinés du Groupe Everest (en millier $)

Exercice financier	Revenus combinés (sauf pour Média/I.D.A. Vision)	Revenus combinés (y compris Média/I.D.A. Vision)
1995	10 002	10 002
1996	17 372	17 372
1997	29 614	29 614
1998	30 346	104 259
1999	31 273	105 186
2000[31]	51 417	153 163
2001	28 466	145 585
2002	13 233	114 841
Total	205 305 $	622 723 $

[30] Pour la période de cinq mois terminée le 30 janvier 2000, les chiffres d'affaires des parties sous contrôle commun n'étaient pas disponibles et n'ont donc pas été éliminés du calcul susmentionné.

[31] L'exercice financier de 2000 représente un chiffre d'affaires de 16 mois, soit les cinq mois se terminant le 31 janvier 1999 et les 12 mois se terminant le 31 décembre 2000.

Le tableau 97 dresse un sommaire des revenus que le Groupe Everest a réalisé grâce au gouvernement du Canada. Sur la foi des données financières fournies à la Commission, nous n'avons pu déterminer le chiffre d'affaires que le Groupe Everest a réalisé grâce aux contrats du gouvernement du Canada. Nous avons établi les revenus de commandites à partir du registre des paiements de TPSGC pour les PSC (SFMC). Nous avons estimé les revenus de publicité en émettant l'hypothèse que 75 % des sommes prévues aux contrats avaient été effectivement dépensées[32].

Tableau 97 : Chiffres d'affaires réalisés par Groupe Everest grâce au gouvernement du Canada (1995-2002)
(en milliers $)

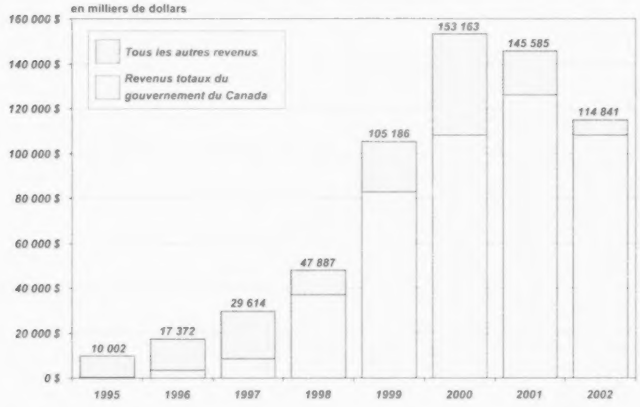
		Publicité	Média/I.D.A. Vision		
Exercice financier	PSC	Coûts de production	Division média[1]	Division commandites[1]	Total – gouvernement du Canada
1995	348,8	263,8	-	-	612,6
1996	1 278,2	2 455,0	-	-	3 733,2
1997	7 147,6	1 568,7	-	-	8 716,3
1998	12 197,4	1 622,8	5 018,5	18 023,5	36 862,2
1999	7 614,4	1 395,2	45 515,0	28 569,0	83 093,6
2000	4 946,9	1 425,8	72 391,5	29 620,9	108 385,1
2001	4 355,2	3 610,7	90 795,2	27 734,7	126 495,8
2002	3 724,3	3 217,7	82 483,2	18 839,4	108 264,6
Total	41 612,8 $	15 559,7 $	296 203,4 $	122 787,5 $	476 163,4 $

D'après les dossiers comptables disponibles, les chiffres d'affaires combinés s'élèvent à 456 millions de dollars.

[32] D'après le résultat de l'analyse présentée à la partie 7.3.2.

[1] Source : Média/I.D.A.Vision - données Adtraq. Selon l'exercice financier de Média/I.D.A.Vision, pièce P-346, page 145.

Tableau 97a - Sociétés du Groupe Everest - Revenus du gouvernement du Canada et revenue totaux



Pour Groupe Everest, le gouvernement du Canada a représenté jusqu'à 30 % du chiffre d'affaires total du groupe (quand on exclut celui de Média/I.D.A. Vision) et 77 % de ce chiffre d'affaires (si l'on tient compte de celui de Média/I.D.A. Vision).

Ventilation du chiffre d'affaires par client

La pièce P-346, pages 130 à 151, donne la ventilation du chiffres d'affaire par client des compagnies du Groupe Everest, entre 1995 et 2002.

Le tableau 98 ci-dessous précise la répartition des contrats des PSC et de publicité pour les différentes compagnies du Groupe Everest. Les chiffres d'affaires en question ont été réalisés grâce aux différents ministères fédéraux[34] et sont exprimés en pourcentage du chiffre d'affaires total[35], d'après les informations disponibles :

[34] Exclut les ventes aux sociétés d'État.

[35] Données non disponibles pour les autres sociétés

Tableau 98 : Ventes du Groupe Everest au gouvernement du Canada

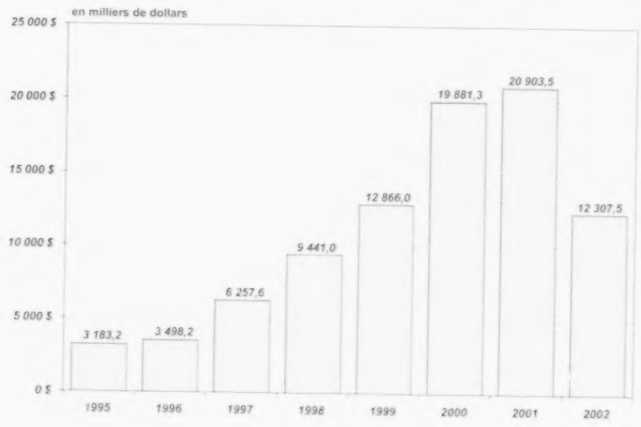
Sociétés du Groupe Everest	Ventes à TPSGC et à Communication Canada exprimées en pourcentage des ventes totales	Ventes à tous les ministères fédéraux exprimées en pourcentage des ventes totales[35]
Everest Commandite	44,2 %	47,2 %
Everest Publicité Promotions	30,0 %	39,0 %
Everest Relations Publiques (G.E.C.M.) Inc.	5,9 %	29,1 %
Média/I.D.A. Vision	34,0 %	100,0 %

13.5.3 Marges brutes

Le tableau 99 fait la synthèse des marges brutes des compagnies du Groupe Everest d'après leurs états financiers. Les coûts associés à des achats auprès de parties apparentées ont été inclus dans la marge brute réalisée par la compagnie acheteuse.

Comme nous n'avons pas eu accès aux états financiers consolidés pour toute la période visée par notre examen, nous avons simplement combiné les états financiers pour les résultats susmentionnés. Les états financiers consolidés auraient peut-être donné des résultats différents, mais il est fort probable que la tendance sur le plan des marges brutes serait demeurée la même.

Tableau 99 : Sociétés du Groupe Everest - marges brutes



[35] Comprend les ventes à TPSGC et à Communications Canada.

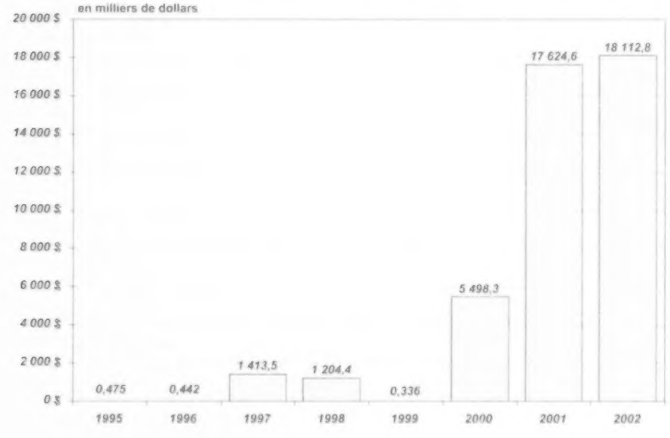
Nous avons estimé à environ 26 millions de dollars la marge brute que le Groupe Everest a dégagée sur les contrats du gouvernement du Canada. Cela représente 28 % des bénéfices bruts réalisés par cette entreprise entre 1994-1995 et 2001-2002.

13.5.4 Résultats nets

Le tableau 100 dresse un état des résultats nets combinés pour les compagnies du Groupe Everest.

Comme nous n'avons pas eu accès aux états financiers consolidés pour toute la période visée par notre examen, pour parvenir aux résultats susmentionnés nous avons simplement combiné les états financiers. Il se peut que des états financiers consolidés aient donné des résultats différents.

Tableau 100 : Sociétés du Groupe Everest - Bénéfices nets



À cause de la grande diversité des clients des compagnies du Groupe Everest et de la structure d'exploitation complexe de ce groupe, il est difficile de faire la part entre les bénéfices dégagés par les compagnies du Groupe Everest grâce aux contrats du gouvernement et les bénéfices réalisés par ailleurs.

13.6
Utilisations notables des fonds par le Groupe Everest

13.6.1 Salaires et dividendes

Salaires - M. Boulay et M^me^ Deslauriers

D'après les déclarations de revenu fournies à la Commission, M. Boulay et M^me^ Deslauriers ont perçu des salaires de 4,4 millions de dollars et de 105 793 $ respectivement entre 1995 et 2003. Nous ne disposions pas des déclarations de revenu de M^me^ Deslauriers pour les quatre années allant de 1996 à 1999.

Salaires - Autres actionnaires du Groupe Everest

Nous avons examiné les registres salariaux de Groupe Everest et des compagnies apparentées qui ont été remis à la Commission pour essayer de déterminer quels salaires avaient été versés aux autres actionnaires de Groupe Everest.

D'après notre examen des données disponibles, il ressort que Jean Bernard Belisle, Jean-Pierre Toupin et Claude Lacroix ont perçu des salaires et des primes totalisant 2,4 millions de dollars de 1995 à 2002.

Dividendes

Entre 1993 et 2003, Groupe Everest a versé en tout 31,2 millions de dollars en dividendes à ses actionnaires :

Tableau 101 : Dividendes versés par Groupe Everest
(en milliers $)

	Dividendes	Dividendes en capital	Total
1994	200	-	200
1995	300	-	300
1996	-	-	-
1997	503	-	503
1998	-	-	-
1999	-	-	-
2000	700	-	700
2001	2 950	-	2 950
2002	9 200	17 385	26 585
2003 [97]	n/d	n/d	n/d
Total	13 853 $	17 385 $	31 238 $

[97] Les états financiers du Groupe Everest ne sont pas disponibles pour 2003.

Durant la même période, soit de 1994 à 2003, 140638 Canada Inc., société de portefeuille de M Boulay, a reçu des dividendes de 25,5 millions de dollars en tout, essentiellement de Groupe Everest[38].

13.6.2 Contributions politiques

Les compagnies du Groupe Everest, leurs employés et actionnaires ont effectué pour 194 832 $ de contributions politiques entre 1996 et 2003. Voir, à ce sujet, la pièce P-340(B), page 74.

13.6.3 Transactions avec Oro Communications Inc.

Ventes à Oro

Oro Communications Inc. (« Oro ») a payé 60 000 $ à Everest Estrie pour les factures suivantes :

Tableau 102 : Ventes à Oro

Date de la facture	Numéro de la facture	Montant
29 octobre 2001	14970	20 000
26 novembre 2001	15092	20 000
20 décembre 2001	15220	20 000
Total		60 000 $

Nous n'avons pu retrouver que la facture no 14970 décrivant le travail comme étant une « étude de marché ». La description en dossier pour les trois factures est la même : étude de marché. Groupe Everest n'a remis aucune documentation d'appui à la Commission relativement à cette transaction.

Paiements à Oro

En septembre 2000, le Groupe Everest a payé 5 992 $ à Oro. Cette facture, émise par Oro par Groupe Everest, stipulait qu'elle concernait quatre jours de consultation professionnelle.

[38] Source : états financiers de 140638 Canada Inc.

13.7
Limitation de la portée

Nous avons demandé les documents suivants pour notre examen, mais ne les avons pas obtenus :

1. États financiers consolidés de Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc. pour l'année se terminant au 31 août 1999. En outre, les états financiers consolidés n'ont pas été préparés pour les exercices financiers 2000 à 2003.

2. États financiers non consolidés de Gestion Opération Tibet Inc. (anciennement Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc.) pour l'année se terminant au 31 décembre 2003.

3. Dossiers complets des contrats portant sur l'ensemble des commandites pour les années financières du gouvernement de 1994-1995 à 2002-2003; on nous a remis les dossiers concernant ces contrats pour les années 1998-1999 à 2002-2003, mais ils ne semblent pas être complets. Selon Claude Boulay, ces dossiers ont été remis à Draft au moment de l'achat des compagnies du Groupe Everest.

4. Les états financiers de Caliméro Partenariat Inc. pour les exercices financiers 1997 à 1999 se terminant au 31 décembre.

5. Les déclarations d'impôts des corporations de Caliméro Partenariat Inc. pour les exercices financiers 1997 à 1999 terminés au 31 décembre.

6. Les déclarations de revenu de Mme Deslauriers pour les années civiles 1996 à 1999.

7. Les déclarations d'impôts des corporations de 1406338 Canada Inc. pour 2001 à 2003.

8. Les registres comptables financiers internes (en format électronique) de Groupe Everest C.M.-P.C.R. Inc. et d'Everest Publicité (G.E.C.M.) Inc.

9. Toutes les copies des comptes de placement pour M. Boulay, Mme Deslauriers et les compagnies du Groupe Everest.

10. Toutes les copies des relevés bancaires pour M. Boulay et Mme Deslauriers. On ne nous a pas remis de relevés bancaires pour les périodes précédant janvier 1999 et nous n'avons pas non plus eu copie des chèques oblitérés pour toute la période visée par notre examen.

11. Registre des salaires complets pour Groupe Everest et ses compagnies apparentées pour les années 1994 à 2003. On nous a fourni divers registres, mais ceux-ci ne semblent pas être complets.

12. Copies des chèques oblitérés pour toutes les compagnies du Groupe Everest. On nous a donné accès à certains chèques, mais il semble que les documents n'étaient pas complets.

13. Accès aux documents de travail des comptables pour examiner les écritures en fin de période de même que les documents de travail consolidés des compagnies du Groupe Everest.

14

Partie quatorze

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — COFFIN COMMUNICATION

14.1
Description de l'entreprise

Coffin Communication (2794101 Canada Inc.) (« Coffin ») a commencé ses activités en 1992. Elle est détenue à 100 % et exploitée par Paul Coffin. Durant la période où Coffin Communication a eu des contrats du gouvernement du Canada, elle avait deux employés salariés à temps plein, Paul Coffin et son fils, Charles Coffin. Afin de s'acquitter des mandats qui lui étaient confiés, M. Coffin fondait ses activités commerciales sur des sous-traitants, surtout dans les domaines de la conception graphique et du développement. Outre les intérêts qu'il détenait dans Coffin Communication, M. Coffin était président de différentes sociétés de portefeuille dans le secteur immobilier.

14.2
Processus de sélection du gouvernement fédéral

Coffin a été sélectionné en tant qu'agence individuelle ou dans le cadre d'un consortium d'agences pour fournir des services au gouvernement du Canada à la suite des processus de sélection suivants.

14.2.1 Processus de sélection de 1997

À l'occasion de cette sélection, Coffin s'est associé à SOS Communications, société détenue par Robert Wolowich, pour fournir sa réponse. Toutes les commandes produites à la suite de ce processus de sélection ont été émises au nom de Coffin.

14.2.2 Processus de sélection de mai 2001

Coffin s'est qualifié une deuxième fois pour fournir des services relatifs à des activités des PSC, à la suite de ce processus de sélection. Cette fois-ci, Coffin a considérablement diminué ses tarifs.

14.2.3 Bureau d'informations du Canada - septembre 2000

Coffin faisait partie d'un consortium d'entreprises composé de Groupaction, de Vickers and Benson, de Compass et de Focus qui s'est qualifié sous le nom de « Ensemble Consortium » pour fournir des services au BIC. D'après les documents que nous avons examinés, Coffin devait s'occuper des « projets spéciaux », mais il n'a reçu aucun contrat par le truchement d'Ensemble Consortium.

14.3
Contrats avec le gouvernement du Canada

14.3.1 Contrats des PSC

Comme l'indique l'annexe 3 de ce rapport, Coffin a reçu quelque 80 contrats des PSC durant les exercices financiers du gouvernement de 1994-1995 à 2002-2003. Coffin fait l'objet d'accusations au criminel pour 32 de ces contrats.

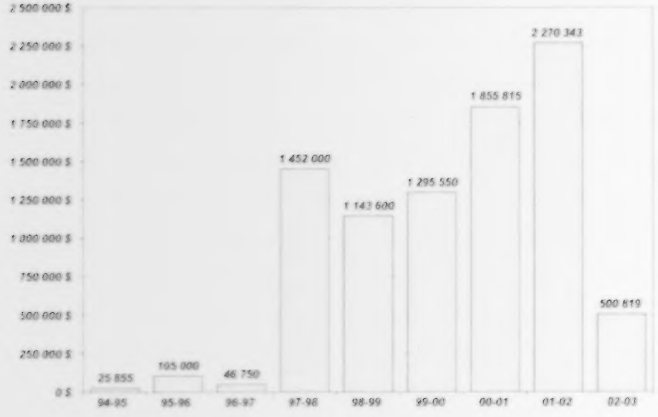
Le tableau 103 donne la ventilation, par année et catégorie de dépenses, de la valeur totale des contrats des PSC confiés à Coffin :

Tableau 103 : Communication Coffin - Valeur totale des contrats

Année	Commandites	Commission d'agence de communication	Commission d'AR	Coûts de production/ honoraires professionnels	Total
1994-1995	-	-	-	25 855	25 855
1995-1996	-	-	-	105 000	105 000
1996-1997	-	-	-	46 750	46 750
1997-1998	835 000	100 200	-	516 800	1 452 000
1998-1999	565 000	67 800	16 050	494 750	1 143 600
1999-2000	630 000	75 600	18 000	571 950	1 295 550
2000-2001	1 157 000	138 840	33 000	526 975	1 855 815
2001-2002	1 775 500	213 060	53 265	228 518	2 270 343
2002-2003	430 000	51 600	12 900	6 319	500 819
Total	5 392 500 $	647 100 $	133 215 $	2 522 918 $	8 695 733 $

Le tableau 104 précise la valeur totale des contrats des PSC pour chaque exercice financier de 1994-1995 à 2002-2003.

Tableau 104 : Communication Coffin - Valeur totale des contrats des PSC



En plus des 80 contrats des PSC, Coffin a été sous-traitant de Lafleur Communication Marketing pour le projet/événement « Sur la route d'Atlanta » qui était visé par le contrat EN771-6-0030 de Lafleur. En 1996, Coffin n'a pas été retenu comme agence pour les PSC et c'est Lafleur qui a servi de véhicule contractuel. M. Coffin a facturé 225 000 $ à cette occasion.

14.3.2 Contrats de publicité

Comme on peut le constater d'après la liste des contrats de publicité jointe à l'annexe 10, Coffin a été l'agence de communication pour des contrats de publicité qui se sont élevés en tout à 7 838 639 $. Coffin a assuré la publicité de deux événements : (i) au sujet de la Loi sur la clarté et (ii) pour la campagne des soins de santé au Canada dont il a été question dans son témoignage sous le nom de « Contrat Gingko ».

14.4 Administration des contrats

14.4.1 Observations d'ordre général

À la suite de notre examen des factures de Coffin au gouvernement du Canada et d'autres documents disponibles, obtenus dans le cadre de notre mandat, nous avons relevé certains aspects dignes de mention dans le cas de la gestion des contrats du gouvernement du Canada par Coffin :

i) le 2 octobre 2002, en réponse à une demande de renseignements émanant de Conseils et Vérification Canada au sujet du temps facturé en regard des contrats de commandites, M. Coffin a répondu à Myra Conway, de TPSGC, pour indiquer que Coffin n'avait pas tenu de système de suivi des heures de travail et de facturation jusqu'à l'été 2000;

ii) bien qu'il n'ait pas disposé d'un tel système de facturation et de tenue des heures de travail, Coffin a tout de même facturé 1 295 395 $ en heures d'agence au gouvernement du Canada, entre le 1er avril 1997 et le 31 mai 2001;

iii) à remarquer que les pratiques de facturation de Coffin ont changé au cours de l'année financière du gouvernement de 2001-2002. Coffin a désormais facturé un montant minime au titre du temps d'agence.

14.4.2 Exemple de problèmes liés à un contrat

Au cours de l'année financière du gouvernement 1999-2000, Coffin a été l'agence de communication retenue pour offrir des services de production et assurer le placement média dans le cas de la Loi sur la clarté. La documentation relative à ce contrat a été déposée à la Commission et archivée en tant que pièce C-373.

À l'examen des factures de Coffin adressées à TPSGC relativement à cette initiative de publicité, nous avons relevé les problèmes suivants :

i) La facture 782 de Coffin, d'un montant de 28 308,19 $, avant TPS, comportait les détails suivants :

	Devis
Coût des sous-contrats	18 521,62 $
Commission d'agence de 17,65 %	3 269,07
Production d'agence : honoraires professionnels pour 39,5 heures (équipe de services aux clients)	6 517,50
Total	28 308,19 $

Le coût des sous-contrats était étayé par la facture 01013 d'Eminence grise Inc., pour un montant de 18 521,62 $ correspondant à la moitié de la commission de 11,75 % que devait toucher l'agence de communication pour le placement média. Les détails du calcul apparaissent dans la facture. Coffin devait recevoir de Média/I.D.A. Vision 11,75 % du montant correspondant au placement média. La facture 782 de Coffin a été soumise au gouvernement du Canada qui l'a réglée.

Comme le gouvernement du Canada avait déjà réglé la commission d'agence de communication à Coffin par le biais de Média/I.D.A.

Vision, Coffin n'aurait pas dû facturer le gouvernement pour une commission réclamée par un sous-traitant. Ainsi, si nous ne contestons pas le bien-fondé des 6 517,50 $ en honoraires professionnels (facture 782), nous pouvons affirmer que le reste, soit 21 790,60 $ (honoraires d'Eminence grise Inc. de 18 521,62 $ plus une commission d'agence de 17,65 %) n'aurait pas dû être facturé au gouvernement du Canada.

(ii) Le trop-perçu n'a fait que s'aggraver quand Coffin a également soumis sa facture 782R. Celle-ci reprend la facture 782, mais la facture d'accompagnement 01013 d'Eminence grise Inc. ne comporte plus le détail concernant les 18 521,62 $. La facture 782R de Coffin a également été réglée par le gouvernement du Canada. Le gouvernement a donc payé, sur le même chèque, la facture 782 et la facture 782R. L'un des versements de 28 308,19 $ plus taxes effectué par le gouvernement du Canada a été traité par les comptables de Coffin comme un paiement en double et inscrit dans les états financiers de Coffin comme une somme due au gouvernement.

D'après l'examen des dossiers comptables de Coffin, Eminence grise Inc. n'a pas reçu de second paiement de Coffin pour les commissions médias.

Comme la facture 782R semble être une facture en double, le total perçu en trop auprès du gouvernement, grâce à ces deux factures, s'élève au moins à 50 098,88 $ plus taxes (21 790,69 $ sur la facture 782, comme nous venons de le voir, et la totalité de la facture 782R).

14.5
Apport financier des contrats de publicité et de PSC pour Coffin Communication

14.5.1 Chiffre d'affaires

Le tableau suivant résume le chiffre d'affaires de Communication Coffin par année, ainsi que la proportion de ce chiffre d'affaires attribuable à des contrats du gouvernement du Canada pour les exercices 1996 à 2002 terminés au 31 octobre, d'après les dossiers comptables préparés par les comptables extérieurs de Coffin.

Tableau 105 : Comparaison entre le chiffre d'affaires total de Coffin et le chiffre d'affaires attribuable au gouvernement du Canada 1996-2002

Année	Chiffe d'affaires total	Revenu du GdC
1996	641 443 $	288 470 $
1997	723 495	671 641
1998	1 310 572	1 117 872
1999	811 601	675 016
2000	1 239 590	1 049 355
2001	1 023 392	893 214
2002	277 990	212 833
Total	6 028 083 $	4 908 401 $

14.6
Utilisations notables des fonds par Coffin Communication

14.6.1 Revenu de la famille Coffin

Coffin Communication a versé la quasi-totalité de ses gains à P. Coffin et à Charles Coffin, sous la forme de salaires et de dividendes. Nous avons en outre remarqué, d'après un sommaire des états financiers constituant l'annexe 24, que les bénéfices non répartis sont passés de moins 820 $, au 31 octobre 1996, à un maximum de 324 648 $ le 31 octobre 2001.

Le tableau suivant dresse un sommaire des chiffres d'affaires annuels de Coffin Communication, des dividendes versés à P. Coffin et des salaires payés à P. Coffin (« PC ») et à Charles Coffin (« CC »).

Tableau 106 : Sommaire des rentrées de Coffin et desdividendes et salaires payés

Année	Rentrées	Dividendes– PC	Salaire – PC	Salaire – CC
1996	(40 406 $)	130 595 $	24 000 $	4 500 $
1997	77 049	-	70 300	12 500
1998	130 698	-	161 800	40 619
1999	61 524	-	131 600	58 720
2000	119 706	63 500	182 411	46 617
2001	7 222	-	167 706	73 915
2002	1 780	29 000	17 265	20 950
Total	357 573 $	223 095 $	755 082 $	257 821 $

14.6.2 Versements à des partis politiques

Coffin a fait les versements suivants à des partis politiques fédéraux :

Tableau 107 : Sommaire des versements à des partis politiques fédéraux

Année	Parti Progressiste Conservateur	Parti Libéral
1996	300	-
1997	-	-
1998	100	-
1999	-	14 000
2000	-	8 300
2001	-	5 500
2002	-	1 500
Total	400 $	29 300 $

14.6.3 Paiements faits à M. Guité et à Oro Communications

Coffin et Oro, sociétés détenues par J.C. Guité, ont conclu un accord en date du 2 janvier 2000 aux termes duquel Oro percevrait 15 000 $ pour « ses services de marketing visant à développer les commandites dans le secteur privé à l'appui de la série Formule Atlantique de Trois-Rivières, à Montréal, Toronto et Vancouver ». Le montant total prévu à l'entente devait être versé à Oro. De plus, Oro a perçu 5 600 $ relativement à une facture pour services offerts à l'égard de « H2O Récréation ».

P. Coffin a également versé 27 000 $ à J.C. Guité pour l'achat d'un bateau.

15

Partie quinze

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — VICKERS & BENSON

15.1
Description de l'entreprise

Vickers & Benson a été créé au Canada en 1924 en tant qu'agence de publicité. En 1990, John Hayter est devenu le président et PDG de même que le principal actionnaire de Vickers & Benson Companies Limited (« Vickers & Benson »). Le capital social que Vickers & Benson détient dans d'autres entreprises est précisé dans les tableaux qui présentent la structure de l'entreprise (pièce P-412, pages 1 à 4).

En mars 2000, les actifs de Vickers & Benson ont été cédés à une nouvelle société, NEWBO VB Inc. qui a fusionné avec Vickers & Benson Inc. pour constituer une nouvelle société appelée Arnold Worldwide Canada Inc. Celle-ci est détenue à 100 % par Havas, société ouverte française.

Parmi les principaux clients de Vickers & Benson au début des années 90, on trouvait la Banque de Montréal, Cantel, CFTO-TV, Ford, les Viandes M&M, McDonald's, MTCVA, Miles Laboratories, Molson, Ontario Hydro, Ontario Jockey Club, Ortho, Quaker et 3M.

15.2
Processus de sélection du gouvernement

Le tableau 108 donne la liste des processus de sélection répertoriés visant à recruter des agences et à l'issue desquels les services de Vickers & Benson ont été retenus.

Tableau 108 : Processus de sélection - Vickers & Benson

Ministère	Date du rapport final	Agence lauréate
Tourisme	19 septembre 1994	Vickers & Benson
Patrimoine Canadien	8 février 1995	Groupe Everest; BCP Canada; Compass Communications; Palmer Jarvis Communications; Vickers & Benson
Finances – Obligations d'épargne du Canada	8 août 1995	Consortium of Vickers & Benson et Groupe Everest
Agence de placement de titres sur le marché de détail - - Obligations d'épargne du Canada	22 mai 1996	Vickers & Benson
Développement des ressources humaines Canada	5 octobre 1998	LBJ-FRB Communications Inc et Vickers & Benson
Bureau d'informations du Canada	1er septembre 2000	Allard and Johnson Communications Inc.; Armada; Groupe Everest; Ensemble Consortium (composé de Groupaction, de Vickers & Benson, de Focus, de Compass Communications et de Coffin)
Finances Canada – Placements Épargne Canada	4 juin 2001	Publicite Martin Inc. et Vickers & Benson

15.3
Contrats du gouvernement du Canada

15.3.1 Contrats des PSC

Comme le précise l'annexe 25, entre le 8 juillet 1996 et le 1er avril 1999, Vickers & Benson a conclu 10 contrats des PSC avec TPSGC, le SPROP et la DGSCC pour un total de 15 362 215 $.

La Série Chine - Le Canada d'un océan à l'autre (« Série Chine ») - a représenté cinq de ces 10 contrats pour un total de 8 848 040 $.

Le contrat concernant le budget de 1999 comportait 3 400 000 $ en placement média, et il a totalisé 4 350 000 $.

Tableau 109: Contrats des PSC à Vickers & Benson

Année	Contrats accordés à Vickers & Benson Communications	Directions incluant Média/I.D.A. Vision	Total
1996-97	3 555 640	-	3 555 640
1997-98	2 642 400	-	2 642 400
1998-99	2 764 175	3 400 000	6 164 175
1999-00	3 000 000	-	3 000 000
Total	11 962 215 $	3 400 000 $	15 362 215 $

15.3.2 Contrats de publicité

Comme l'indique l'annexe 10, entre le 1er avril 1994 et le 31 mars 2003, Vickers & Benson a été l'agence de communication pour de nombreux contrats de publicité pour lesquels TPSGC - SPROP/DGSCC était l'autorité chargée du contrat. La valeur totale des contrats en question était de 277 570 801 $. La liste comprend les directives à Média/I.D.A. Vision pour des achats d'espaces dans les médias pour un total de 91 235 926 $.

Tableau 110: Contrats de publicité pour lesquels Vickers & Benson a été l'agence de communication

	Contrats de placement média	Contrats de travaux d'agence	Total
Transports Canada	0	325 000	325 000
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	0	113 551	113 551
Industrie Canada	1 424 247	35 049 092	36 473 339
Développement des ressources humaines Canada	9 280 136	3 546 428	12 826 564
Santé Canada	234 000	16 000	250 000
Affaires étrangères et Commerce international du Canada	0	150 000	150 000
Finances Canada	49 742 290	23 375 604	73 117 894
Communication Canada	0	34 200	34 200
Commission canadienne du tourisme	30 555 253	123 425 000	153 980 253
Agriculture et agroalimentaire Canada	0	300 000	300 000
	91 235 926 $	186 334 875 $	277 570 801 $

15.4
Administration des contrats

15.4.1 Série Chine - « Le Canada d'un océan à l'autre » - 10 millions de dollars

Notre examen des contrats des PSC pour la Série Chine a révélé l'existence de cinq contrats de TPSGC (débutés en juillet 1996 et terminés en avril 1999) pour une valeur totale de 8 848 000 $. En outre, nous avons découvert sept autres contrats concernant la Série Chine ayant été financés par d'autres ministères fédéraux, pour une valeur totale de 850 000 $, et une entente financée par Formation aérospatiale Canada international pour un total de 278 972 $.

L'annexe 26 du présent rapport donne la liste des contrats répertoriés dans le cadre de la Série Chine, pour un total de 9 977 012 $.

La Série Chine comprenait 26 épisodes d'une demi-heure qui devaient être diffusées à plusieurs reprises sur les ondes de la Télévision centrale chinoise (CCTV). Les émissions s'appuyaient sur un voyage à travers le Canada pour enseigner l'anglais à un auditoire chinois estimé à plus de 60 millions de téléspectateurs. Les emplacements canadiens permettaient de présenter la technologie, l'infrastructure et la culture du Canada. L'animateur de chaque épisode était Mark Rosewell, connu en Chine sous le nom de « Dashan », étoile de la télévision chinoise. La série trouvait son prolongement dans un livret d'accompagnement en langue anglaise, tiré à un million d'exemplaires.

Notre analyse du financement des contrats des PSC nous a permis de constater que 4,1 millions de dollars ont été directement prélevés dans la Réserve pour l'unité afin de financer la Série Chine. L'annexe 27 donne plus de détails au sujet de ce montant.

Comme nous l'avons constaté, les contrats de la Série Chine ont atteint 9 977 012 $ en tout (y compris le contrat EN771-6-0188 de 1 400 640 $[87]), pour un coût moyen, pour le gouvernement du Canada, de 383 731 $ par épisode.

[87] Dans sa réponse à sa citation à comparaître, M. Hayter a remis un résumé des tableaux comptables d'où sont exclus le contrat EN771-6-0188.

La partie « Exigences et portée du travail » du contrat EN771-6-0188 précise que ce contrat s'inscrit à l'appui du programme de publicité de la « Série de la Télévision centrale de Chine ». L'annexe B du contrat décrit ainsi le contrat :

> [TRADUCTION]
>
> « Proposition en vue d'assurer la promotion, le développement, la production et le positionnement du gouvernement du Canada dans la série 'Dashan and Friends' de la Télévision centrale chinoise ».

L'annexe B au contrat évalue le travail à 1 400 640 $, y compris les éléments suivants :

		Devis
1.	Événement promotionnel à la CCBC AGM de Shanghai – devis	32 000 $
2.	Production des promotions canadiennes par le biais de livrets accompagnant la série sur CCTV – devis	153 875 $
3.	Positionnement du gouvernement du Canada dans les treize (13) épisodes de la série de CCTV – devis	172 250 $
4.	Production de sept émissions spéciales au Canada intitulée « *Canada in the Global Economy* » – devis	788 015 $
5.	Plans de leçon d'apprentissage de l'anglais – devis	254 500 $
	Total	1 400 640 $

Le coût moyen pour le gouvernement du Canada, pour chacun des 26 épisodes, à l'exclusion du contrat EN771-6-0188, serait donc de 329 860 $.

Kroll a examiné les cinq contrats de TPSGC concernant la Série Chine et constaté que l'un d'eux, le contrat EN771-7-0017, daté du 1er avril 1997, stipule ce qui suit à l'annexe A, à la rubrique précisant les modalités de paiement :

[TRADUCTION]

« L'entrepreneur touchera un prix global ferme de 1 597 400 $ (plus TPS éventuellement) pour les services décrits ci-dessous devant être fournis au responsable du projet, à Ottawa, Ontario, sur la base d'un coût par épisode s'établissant ainsi :

Producteur : 10 jours @ 2 250 $/jour =	22 500 $
Metteur en scène : 10 jours @ 1 850 $/jour =	18 500 $
Coordonnateur linguistique ALS : 12 jours @ 1 850 $/jour =	22 200 $
Coordonnateur de la production : 46 jours @ 1 500 $/jour =	69 000 $
Équipe de tournage : 5 jours @ 7 500 $/jour =	37 500 $
Production en studio : 4 jours @ 6 500 $/jour =	26 000 $
Maquettiste de studio : 10 jours @ 1 500 $/jour =	15 000 $
Déplacement du producteur et l'équipe, et	
frais sur place : 5 jours =	17 500 $
Sous-total	228 200 $
Frais complets pour un second passage	
@ 228 200 $ par épisode x 7	
Total	1 597 400 $

Les quatre autres contrats de TPSGC apparaissant à la rubrique qui concernent les modalités de paiement renvoient à l'annexe A du contrat qui précise :

[TRADUCTION]

A. Production maison : les services de création, les services de direction artistique, les services de rédaction, d'après un taux horaire ferme multiplié par le nombre d'heures nécessaires ».

B. Frais remboursables

B.1.2. Pour les sous-contrats de moins de 30 000 $ TPS incluse ou pour la production télévisée,

« L'entrepreneur sera remboursé pour toute dépense raisonnable et dûment assumée pour acquérir des biens et des services auprès de fournisseurs extérieurs, au prix fournisseur, sans rabais de gros ou remise pour règlement rapide plus 17,65 % au titre des frais généraux et des bénéfices. »

Vickers & Benson a facturé 8 848 000 $ à TPSGC pour les cinq contrats qui annonçaient tous un prix fixe « tout compris ». Vickers & Benson n'a pas fourni à TPSGC de facture d'appui provenant de ses sous-traitants ni de facture précisant le nombre d'heures effectué par les employés de la firme pour ce projet.

Conformément à la citation à comparaître que lui a adressé la Commission, Vickers & Benson a fourni pour 4,3 millions de dollars de factures de fournisseurs au sujet de la Série Chine afin d'expliquer des dépenses de 4,7 millions.

En outre, Vickers & Benson a remis un devis récent des heures que M. Hayter et d'autres employés de Vickers & Benson ont consacrées à ce projet entre 1993 et 1999. D'après cette évaluation du nombre d'heures effectué et un calcul du taux horaire, selon les salaires versés aux personnes en question, et en tenant compte de frais généraux de 95 % du total calculé pour la main-d'œuvre, Vickers & Benson estime à 1,8 million de dollars les coûts de « main-d'œuvre pour la production maison » et à 2,3 millions de dollars les coûts de « gestion de projet », pour un total de 4,1 millions de dollars. La part attribuable à M. Hayter sur ce total est de 627 000 $, d'après une estimation de 1 900 heures à 330 $ de l'heure. À partir de ce calcul d'établissement du prix de revient, Vickers & Benson a estimé avoir réalisé un bénéfice sur la Série Chine de 1,2 million de dollars, soit 12 % du montant brut facturé, le contrat EN771-6-0188 intervenant dans ce calcul.

Nous avons constaté que les deux derniers contrats de TPSGC (EN771-8-0098 daté du 15 janvier 1999 et EP043-9-0048 daté du 1er avril 1999) concernent la deuxième série des 13 épisodes pour un total de 4 500 000 $, soit 346 154 $ par épisode. Nous n'avons trouvé, dans les dossiers de TPSGC relativement à Vickers & Benson, aucune information nous permettant de savoir comment ces sommes ont été déterminées.

15.4.2 Budget de 1999 - 4 350 000 $

Le contrat a été alimenté à partir des fonds des PSC, même s'il concernait une campagne de publicité pour le budget fédéral de 1999.

15.4.3 Publicité

Kroll a revu les factures et les documents d'appui pour un échantillon de contrats de publicité de Vickers & Benson, comme le présente le tableau ci-dessous :

Tableau 111 : Contrats de publicité de Vickers & Benson examinés par Kroll

N° contrat	Ministère	Campagne	Montant
U1740-6-0002	Tourisme	Asie Pacifique	5 360 000 $
U1710-6-0081	Tourisme	Asie Pacifique	7 148 000
60074-8-0259	Finances	Divers « 98-99 »	3 000 000
V8009-8-0023	DRHC	Information sur le PSR	50 000
V8009-9-0023	DRHC	Information sur le PSR	274 000
U1710-6-0388	Tourisme	Programme loisir aux É.-U.	6 000 000
			21 832 000 $

À l'examen de ces dossiers, nous avons constaté que Vickers & Benson a facturé le ministère pour du temps d'agence à partir des devis approuvés par le ministère et non du nombre d'heures effectivement passées à exécuter ces contrats, aux taux horaires précisés dans les documents contractuels.

15.5 Apport financier des contrats de publicité et de PSC pour Vickers & Benson

15.5.1 Part du chiffre d'affaires attribuable au gouvernement du Canada par rapport à d'autres clients

Comme l'indique la pièce P-142, page 210, entre 1996 et 2003, le chiffre d'affaires réalisé par Vickers & Benson grâce à des contrats de PSC et de publicité du gouvernement ont représenté entre 20 et 34 % de son chiffre d'affaires total, pour une moyenne de 23 % sur la période de huit ans.

15.6
Utilisations notables des fonds par Vickers & Benson

15.6.1 Salaires et gratifications aux cadres

La pièce P-412, pages 9(B) et 10 précise les primes aux employés et les gratifications aux cadres versés entre 1994 et 2003.

15.6.2 Paiements à Oro Consulting

La pièce P-414, pages 5 et 6, donne la liste des paiements effectués par PacCanUs Inc., personne morale qui détient la totalité des actions de Vickers and Benson, à Oro Consulting entre avril 2000 et avril 2002. Ces paiements s'élèvent à 371 600 $ en tout en honoraires de consultation et à 29 795 $ en dépenses.

15.6.3 Contributions à des partis politiques

La pièce P-412, page 232, précise les paiements faits au Parti Libéral du Canada, tels que consignés dans les livres comptables de Vickers & Benson et tels que déclarés par Élections Canada pour Vickers & Benson Advertising Ltd., Genesis Media Inc., John Hayter, Southside Digital Communications, Warwick and Associates et PacCanUs.

16

PARTIE SEIZE

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPE BCP

16.1
Historique de l'agence

La société BCP Ltée (« BCP »), anciennement « Le Groupe BCP Ltée », a été fondée en 1963 en tant qu'agence de publicité au Canada. En 1984, M. Yves Gougoux a fait l'acquisition (indirectement par l'intermédiaire de BCP Canada Inc.) de 50% des actions en circulation de BCP et est devenu le président de la société. En 1989, il a fait l'acquisition d'autres actions qui lui ont permis de devenir actionnaire majoritaire de BCP. Entre 1989 et 1996, M. Gougoux a procédé graduellement au rachat des actionnaires minoritaires.

En 1996, une réorganisation corporative a été effectuée dans le cadre d'une entente de principe visant la vente d'une importante partie des activités de BCP Canada à Publicis S.A., une société française. À la suite de cette réorganisation, les actifs inclus dans la transaction ont été transférés à 9039-4073 Québec Inc. (Publicis•BCP Inc.), une filiale de BCP nouvellement constituée. Figurent au nombre des actifs la clientèle (autres que les clients

gouvernementaux et les clients faisant l'objet d'un différend) et les actions des différentes filiales (excluant BCP). Le 10 septembre 1996, 70 % des actions de 9039-4073 Québec Inc. ont été vendues à Publicis S.A et les 30 % restants ont été conservés par M. Gougoux via ses sociétés de portefeuille.

Le pourcentage de participation de M. Gougoux et de BCP dans les différentes sociétés avant et après la réorganisation de 1996 est présenté dans les organigrammes corporatifs produits à la pièce P-419(A) aux pages 2 à 8.

16.2 Processus de sélection du gouvernement du Canada

Le tableau 112 fournit la liste des différents processus de sélection. Les services de BCP ont été retenus à titre d'agence responsable, Tourisme Canada ayant fait partie, en 1994, de ce processus de sélection.

Tableau 112 : BCP - Processus de sélection d'agence

Date de la décision finale	Ministère	Agence retenue
19 septembre 1994	Tourisme Canada	Vickers & Benson
8 février 1995	Patrimoine canadien	Groupe Everest; BCP Canada; Compass Communications; Palmer Jarvis Communications; Vickers & Benson
11 septembre 2000	Santé Canada	Le Groupe BCP Ltée

Il est important de noter que, bien que BCP n'ait pas été sélectionnée comme agence responsable pour Tourisme, elle s'est vue accorder plus de 65,7 millions de dollars de contrats par ce ministère entre 1994 et 2003, comme le mentionne le rapport du Bureau de la vérificatrice générale (Chapitre 4, page 8).

16.3 Contrats avec le gouvernement du Canada

16.3.1 Contrats des PSC

Au cours des années financières du gouvernement du Canada 1995-1996 à 1998-1999, BCP a administré neuf contrats des PSC pour une valeur totale de 6,3 millions de dollars, voir la pièce P-419(A), pages 75 et 76.

Deux contrats ont été octroyés avant et pendant la campagne référendaire de 1995, dont le contrat EN771-5-U100 pour 5,5 millions de dollars, 3,4 millions de dollars étant reliés au placement média.

16.3.2 Contrats de publicité

Entre 1994-1995 et 2002-2003, BCP a agi à titre d'agence de communication pour des contrats de publicité d'une valeur maximale de 152,5 millions de dollars. Une liste complète des contrats de publicité figure au tableau 10 du présent rapport.

Sur les 152,5 millions de dollars, 68,0 millions de dollars représentaient du placement média effectué par l'intermédiaire des agences de coordination (Genesis Media et/ou Media/I.D.A. Vision). À titre d'agence de communication, BCP aurait reçu une commission de 11,75 % pour le placement média.

16.4
Gestion des contrats

Pour les exercices financiers de 1995 à 2003, BCP a été l'agence sous contrat pour tous les contrats des PSC et de publicité.

Afin de réaliser ces contrats, BCP a sous-traité une partie du travail à des filiales et/ou à des sociétés placées sous le contrôle de Publicis Canada Inc., à son tour supervisée par une société domiciliée en France.

16.5
Impact financier des contrats de publicité et des programmes spéciaux et de commandites

16.5.1 Niveau d'activité avec le gouvernement du Canada

Le tableau qui suit offre une analyse comparative de la facturation brute et des revenus de BCP pour les exercices financiers de 1994 à 2003.

Tableau 113 : BCP - Facturation brute et revenus de 1994 à 2003

	Total (en milliers $)	Gouvernement du Canada et autres ministères (en milliers $)	Sociétés d'état (en milliers $)	Total Gouvernement du Canada et Sociétés d'état (en milliers $)
Facturation brute	-	132 486	176 189	308 675
Coûts externes	-	110 132	160 755	270 887
Revenus	90 700 $	22 354 $	15 434 $	37 788 $
Pourcentage du total des revenus	100 %	24,7 %	17,0 %	41,7 %

Comme l'indique le tableau 113, au cours des exercices financiers de 1994 à 2003, les chiffres d'affaires de BCP provenant des contrats des PSC et de publicité accordés par TPSGC et d'autres ministères ont totalisé 22,4 millions de dollars (après déduction des coûts externes), correspondant à 24,7 % du total des chiffres d'affaires de BCP (90,7 millions de dollars pour toute la période). De plus, au cours de la même période, des contrats de publicité ont également été accordés à BCP par les sociétés d'État. De 1994 à 2003, BCP a réalisé 15,4 millions de dollars de chiffres d'affaires pour les contrats octroyés par les sociétés d'État, correspondant à 17,0 % du total des chiffres d'affaires de BCP.

En résumé, de 1994 à 2003, BCP a réalisé un chiffre d'affaires total de 37,8 millions provenant de TPSGC et autres ministères ainsi que des sociétés d'État, soit 42 % de ses revenus.

16.5.2 Revenus provenant d'associations politiques

L'analyse des rentrées par client a révélé qu'entre 1994 et 2003, BCP avait rendu des services reliés à la publicité à plusieurs associations politiques, dont Option Canada, le Parti libéral du Canada et l'Agence libérale fédérale du Canada.

Option Canada

Option Canada a été constituée le 7 septembre 1995. Nous croyons comprendre que cette association a reçu, immédiatement avant le référendum au Québec, 4,8 millions dollars de Patrimoine canadien.

Entre le 15 septembre et le 5 octobre 1995, soit immédiatement avant le référendum, BCP a facturé Option Canada pour un total de 2,6 millions de dollars (taxes incluses) pour du placement média et des services reliés à la publicité.

Le Parti libéral du Canada et l'Agence libérale fédérale du Canada

Au cours des campagnes électorales de 1997 et 2000, BCP a rendu des services reliés à la publicité, incluant du placement média, au Parti libéral du Canada et à l'Agence libérale fédérale du Canada. BCP a facturé et a reçu un total de 4,5 millions de dollars pour les services rendus (2 millions de dollars pour la campagne 1997 et 2,5 millions de dollars pour la campagne de 2000).

16.6
Utilisations notables des fonds

16.6.1 Salaires et primes aux gestionnaires

Comme mentionné précédemment, M. Gougoux est le président et l'actionnaire majoritaire de BCP. De 1994 à 1996, il a reçu 1,6 million de dollars à titre de salaires et de primes. Nous croyons comprendre qu'après 1996, M. Gougoux était rémunéré directement par Publicis Canada Inc.

16.6.2 Contributions politiques

De 1993 à 2003, BCP a versé des contributions politiques au Parti libéral du Canada de 97 720 $, comme en témoignent les registres de la société. Selon le site Internet d'Élection Canada, ces derniers auraient émis des reçus d'un montant de 86 611 $.

KROLL LINDQUIST AVEY CO.

Robert M. Macdonald (la version originale anglaise est signée)

Per: Robert M. Macdonald, CA·IFA

APPENDICES

B

Appendice B

EXEMPLE de SUBPOENA

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LE PROGRAMME DE COMMANDITES ET LES ACTIVITÉS PUBLICITAIRES

SUBPŒNA

À

I - Témoignage

En vertu des pouvoirs conférés à l'honorable John H. Gomery par le Décret du conseil C.P. 2004-110 et l'article 4 de la *Loi sur les enquêtes*, il est ordonné de vous présenter au Centre de conférences du Complexe Guy-Favreau (200, boulevard René-Lévesque Ouest à Montréal) devant le Commissaire, John H. Gomery le lundi 7 février 2005, à 9 h 30, ou à toute autre date à être déterminée par la Commission, afin de témoigner relativement aux questions suivantes, dont les termes sont définis à l'annexe A des présentes :

1. la création, l'objet et les objectifs du Programme de commandites et du Fonds de réserve pour l'unité nationale;

2. la sélection des agences de communication et des agences de publicité en relation avec les activités publicitaires;

3. la gestion du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale et des activités publicitaires du Gouvernement du Canada;

4. la réception et l'utilisation de fonds ou de commissions de toute nature qui ont été versés en vertu du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale, et relativement aux activités publicitaires par toute personne ou organisation, qu'elle relève ou non du Gouvernement du Canada;

5. le flux monétaire relatif à toute somme déboursée ou reçue en vertu du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale, et des activités publicitaires par le gouvernement, qu'elles aient été versées à des entités externes ou propres au Gouvernement du Canada, y compris tout retour ou remise, même partielle de ces sommes;

6. tout cadeau, contribution ou paiement, de quelque nature que ce soit, fait, directement ou indirectement - par toute personne ayant reçu des sommes provenant du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale, ou des activités publicitaires du Gouvernement du Canada - incluant les services offerts à une organisation politique, un parti politique, un membre du Parlement, un candidat à la direction d'un parti politique, à un candidat à une élection ou un candidat à l'investiture d'un parti politique ;

7. l'identité de toute personne ou organisation ayant reçu des sommes, ou perçu des débours ou commissions provenant du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale, ou des activités publicitaires du Gouvernement du Canada, l'objet visé par

cette dépense de fonds à cette personne ou organisation, ainsi que l'étendue de la valeur reçue en contrepartie par le Gouvernement du Canada ;

8. les documents de nature contractuelle, incluant toute soumission, contrat (y compris tout projet), suivis, analyses (tant antérieurs que postérieurs au contrat), ainsi que tout document ou dossier se rapportant directement ou indirectement au Programme de commandites et aux activités publicitaires du Gouvernement du Canada;

9. les documents déposés devant le Comité permanent des comptes publics de la Chambre des Communes; et

10. tout autre document relatif au Programme de commandites, au Fonds de réserve pour l'unité nationale et aux activités publicitaires du Gouvernement du Canada.

II- Documents et information

De plus, en vertu des pouvoirs conférés à l'honorable John H. Gomery par le Décret du conseil C.P. 2004-110 et l'article 4 de la *Loi sur les enquêtes*, il est ordonné que vous produisiez au Commissaire, John H. Gomery, aux bureaux de la Commission situés au Complexe Guy-Favreau, Tour Est, bureau 608, 200, boulevard René-Lévesque Ouest à Montréal, le lundi 5 juillet 2004, à 9 h 30, tout document, qui est en votre possession ou sous votre surveillance ou contrôle, ou en possession ou sous la surveillance ou le contrôle se rapportant aux sujets ayant été énumérés ci-haut.

De plus, en vertu des pouvoirs conférés à l'honorable John H. Gomery par le Décret du conseil C.P. 2004-110 et l'article 4 de la *Loi sur les enquêtes*, il est ordonné que vous produisiez au Commissaire, John H. Gomery, aux bureaux de la Commission situés au Complexe Guy-Favreau, Tour Est, bureau 608, 200,

boulevard René-Lévesque ouest à Montréal, le lundi 5 juillet 2004, à 9 h 30, les informations suivantes :

1. Une liste des noms, incluant le titre de leur fonction et, lorsque pertinent, leurs titres précédents, ainsi que les adresses, numéros de téléphone, numéros de télécopieur et adresses de courriel, de toute personne qui aurait connaissance de faits pertinents, ou aurait été impliquée de quelque manière que ce soit dans toute question énumérée à la partie I des présentes. Sans limiter la généralité de ce qui précède, la liste doit comprendre et identifier toute personne qui pourrait raisonnablement être susceptible de fournir à la Commission lors d'un témoignage public tout élément de preuve ou information pertinente.

2. Tout document concernant :

   a) Les règles normales ou usuelles, ce qui inclut les directives, procédures, structures, chaînes de délégation et mesures de contrôle ayant trait à l'approbation, aux contrôles internes, à la mise en place et à l'administration du système d'appel d'offres, ainsi qu'à la sélection des fournisseurs de service par le Gouvernement du Canada, incluant les modifications à ces règles, lorsque pertinentes; et

   b) Les règles normales ou usuelles, ce qui inclut les directives, procédures, structures, chaînes de délégation et mesures de contrôle ayant trait à l'approbation, aux contrôles internes, à la mise en place et à l'administration du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale et des activités publicitaires du Gouvernement du Canada, l'information devant indiquer comment, et par qui, certaines de ces règles auraient été contournées ou non respectées contrairement aux procédures normales.

De plus, en vertu des pouvoirs conférés à l'honorable John H. Gomery par le Décret du conseil C.P. 2004-110 et l'article 4 de la *Loi sur les enquêtes*, il est ordonné que vous produisiez au Commissaire, John H. Gomery, aux bureaux de la Commission situés au Complexe Guy-Favreau, Tour Est, bureau 608, 200, boulevard René-Lévesque Ouest à Montréal, le lundi 5 juillet 2004, à 9 h 30, les documents suivants :

1. Tout document relatif à la réception par vous-même,
ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes,
de fonds provenant du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale et des activités publicitaires, incluant sans limiter la généralité de ce qui précède, tout contrat, facture, proposition, protocole d'entente et transaction, relative au versement de tels fonds, notamment, mais non limitativement, eu égard aux événements mentionnés à l'annexe C. Ces documents devront inclure :

   a) les noms et coordonnées des agences impliquées dans tout transfert de fonds à vous-même, , ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes;

   b) les montants dont la description devra faire état en détails des services rendus, des débours, commissions et frais de service et ou de production, versés tant à vous-même, , ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes, qu'à toute agence; et

   c) les noms, adresses et numéros de téléphone des dirigeants de toute agence susceptibles de détenir des informations relatives à la réception de tels fonds par vous-même,
ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes.

2. Tout document relatif à l'octroi d'enveloppes budgétaires, de versements, de contributions ou autres paiements par le Gouvernement du Canada, l'un de ses ministères, ou par une société d'État à vous-même, , ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes par l'entremise de l'agence de coordination de la DGSCC, d'une agence de communication ou d'une agence de publicité,
incluant tout sous-contractant ou filiale de ces agences. Cela devra comprendre :

a) les noms et coordonnées des agences impliquées dans de tels transferts de fonds;

b) les montants dont la description devra faire état en détails des services rendus, des débours, commissions et frais de service et ou de production, versés tant à vous-même,
ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes, qu'à toute agence; et

c) les noms, adresses et numéros de téléphone des dirigeants de toute agence susceptibles de détenir des informations relatives à la réception de tels fonds par vous-même,
ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes.

3. Tout document concernant :

a) Les règles normales ou usuelles, ce qui inclut les directives, procédures, structures, chaînes de délégation et mesures de contrôle ayant trait à l'octroi d'enveloppes budgétaires, de versements, de contributions ou autres paiements par le Gouvernement du Canada, l'un de ses ministères, ou une société d'État à toute agence de communication et de publicité, dont , ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes, incluant les modifications à ces règles, lorsque pertinentes; et

b) Les règles normales ou usuelles, ce qui inclut les directives, procédures, structures, chaînes de délégation et mesures de contrôle ayant trait à la mise en place et à l'administration des transferts de fonds à toute agence de communication et de publicité, dont , ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes provenant du Programme de commandites, du Fonds de réserve pour l'unité nationale et des activités publicitaires du Gouvernement du Canada, incluant comment, et par qui, certaines de ces règles auraient été contournées ou non respectées contrairement aux procédures normales.

4. Toute correspondance (incluant les courriels) échangée entre vous-même, ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes ainsi que leurs dirigeants, représentants, agents ou employés (actuels ou anciens) et Travaux publics et services gouvernementaux Canada durant la période

comprise entre le 1er janvier 1994 et les présentes relativement au Programme de commandites et aux contrats publicitaires dont il est question aux chapitres 3 et 4 du rapport de novembre 2003 de la Vérificatrice générale du Canada à la Chambre des Communes

5. Toute correspondance (incluant les courriels) échangée entre vous-même, , ainsi que chacune des entités énumérées à l'annexe D des présentes ainsi que leurs dirigeants, représentants, agents ou employés (actuels ou anciens) et toute agence de communications ou de publicité (ou une de leurs filiales) avec laquelle elle faisait affaires et dont il est question aux chapitres 3 et 4 du rapport de novembre 2003 de la Vérificatrice générale du Canada à la Chambre des Communes, plus particulièrement , ou une de leurs filiales, durant la période comprise entre le 1er janvier 1994 et les présentes.

De plus, en vertu des pouvoirs conférés à l'honorable John H. Gomery par le Décret du conseil C.P. 2004-110 et l'article 4 de la *Loi sur les enquêtes*, il est ordonné que vous produisiez au Commissaire, John H. Gomery, aux bureaux de la Commission situés au Complexe Guy-Favreau, Tour Est, bureau 608, 200, boulevard René-Lévesque Ouest à Montréal, le lundi 5 juillet 2004, à 9 h 30, tout document (incluant ceux énumérés à l'annexe B des présentes) permettant d'établir votre situation financière, celles ainsi que celle de chacune des entités énumérées à l'annexe D, pour la période comprise entre le 1er janvier 1994 et les présentes. Ces documents doivent comprendre la situation financière de votre conjointe, de vos enfants, ainsi que celle de toute compagnie, corporation ou fiducie dans laquelle vous, votre conjointe ou vos enfants ont intérêt, directement ou indirectement.

Fait le 9ème jour du mois de juin 2004, à Montréal

_____

John H. Gomery, Commissaire

Annexe A

A. Définitions

(a) « Activités publicitaires » signifie et comprend les activités publicitaires décrites au rapport de novembre 2003 de la Vérificatrice générale du Canada à la Chambre des Communes ayant trait au Programme de commandites et aux activités publicitaires du Gouvernement du Canada, et pour plus de certitude, qui ont eu lieu durant la période comprise entre le 1er janvier 1994 et les présentes.

(b) « Société d'État » signifie et comprend, sans limiter la généralité de ce qui précède, la Banque de développement du Canada («BDC»), la Société canadienne d'hypothèques et de logement («SCHL»), la Commission canadienne du tourisme, la Société du Vieux-port de Montréal, le Centre national des arts, la Commission de la capitale nationale, Via Rail Canada Inc. («VIA»), la Société canadienne des postes, la Gendarmerie royale du Canada («GRC») et la Société immobilière du Canada limitée.

(c) « Document » signifie et comprend tout mémo, donnée, analyse, rapport (incluant rapports de vérification internes et externes), procès-verbaux, notes de breffage, soumissions, correspondances, dossiers (incluant documents comptables et financiers), agendas, journal personnel, notes, études, enquêtes, examens et tests, fichiers, courriels ou tout autre forme de dossiers ou communications électroniques ou manuscrites, faites tant internes qu'à l'extérieur du Gouvernement du Canada ou envoyés par ou ayant été reçus de sources externes, le tout incluant, sans limiter la généralité de ce qui précède, tout document défini dans les présentes qui pourrait être sujet au privilège du Cabinet ou privilège de l'exécutif et qui est en possession ou sous la garde et le contrôle du Gouvernement du Canada ou de ses agents, dirigeants, préposés, contractants, mandataires, incluant tout employé actuel ou ayant été à l'emploi du Gouvernement du Canada, ministres et membres du personnel exempté. Pour plus de

certitude, cela inclut également les documents qui se trouvent en dehors des locaux usuels d'entreposage, les documents archivés, ainsi que toute forme de documents et de communications électroniques. Dans le cas des documents, fichiers et communications électroniques, ou qui se trouvent sur support numérique, ceux-ci ne doivent pas être copiés, altérés ou manipulés de quelque manière que ce soit qui aurait pour conséquence que leur contenu pourrait s'en trouver altéré, endommagé, perdu, rendu inutilisable ou illisible. Tout disque dur doit également être préservé.

(d) « Employé » signifie et comprend tout employé actuel et ancien employé, agent, fonctionnaire, dirigeant, directeur ou employé contractuel.

(e) « Gouvernement du Canada » signifie et comprend, sans limiter la généralité de ce qui précède, toute personne élue ou non, institutions, ministères, organisations, employés travaillant pour, au nom du, ou en partie pour le Gouvernement du Canada. Aux fins d'exemples, cela comprend :

i) Les membres actuels ou anciens membres du Cabinet des ministres, incluant le Premier ministre, leur personnel politique dans leurs Cabinets, bureaux de circonscriptions, et autres bureaux;

ii) Les membres actuels ou anciens membres du personnel exempté;

iii) Les employés du Gouvernement du Canada;

iv) Le Cabinet du Premier ministre («CPM»);

v) Le Bureau du conseil privé («BCP»);

vi) Le Conseil du trésor, incluant le Secrétariat du conseil du trésor;

vii) Travaux publics et services gouvernementaux Canada («Travaux publics») ainsi que ses prédécesseurs, successeurs et cessionnaires ; notamment, cela inclut Communications Canada, la Direction Générale des Services de Coordination des Communications («DGSCC»), ainsi que le Secteur de la publicité et de la recherche sur l'opinion publique («SPROP»);

viii) Ministère des Finances;

ix) Ministère de la Justice;

x) Tourisme Canada;

xi) Agence des douanes et du revenu du Canada;

xii) Santé Canada; et

xiii) Les Sociétés de la Couronne et leurs agences, incluant leurs employés.

(f) « Ministre » inclut tout ministre actuel et ancien membre du Cabinet, incluant le Premier ministre.

(g) « Programme de commandites » signifie et comprend le Programme de commandites tel que décrit au rapport de novembre 2003 de la Vérificatrice générale du Canada à la Chambre des Communes ayant trait au Programme de commandites et aux activités publicitaires du Gouvernement du Canada, et pour plus de certitude, durant la période comprise entre le 1er janvier 1994 et les présentes.

(h) « Fonds de réserve pour l'unité nationale » signifie et comprend toute somme prévue ou fonds établi et administré par le Bureau du Premier ministre et qui a été aboli dans le budget présenté par le Ministre des finances Ralph Goodale à la Chambre des Communes le 23 mars 2004.

Annexe B

1. Eu égard à vous-même et aux membres de votre famille :

   a) Informations bancaires, tant au Canada qu'à l'étranger, incluant notamment :

      - Liste des comptes bancaires ;
      - Liste des comptes d'investissement ;
      - Liste des comptes chèques, relevés, chèques annulés et oblitérés, relevés de dépôt et de retraits, documents ayant trait aux virements ;
      - Talons de chèques et copies de chèques ;
      - Réconciliations bancaires ;
      - Liste des comptes épargne, relevés de dépôt et de retraits, documents ayant trait aux virements ;
      - Liste des prêts et emprunts (incluant hypothèques, marges de crédit), relevés, paiements et rappels de prêts ;
      - Liste de comptes en monnaie étrangère, relevés, chèques annulés et oblitérés, relevés de dépôt et de retraits, documents ayant trait aux virements ;
      - Liste des comptes d'investissement et de placements, relevés de dépôt et de retraits, documents ayant trait aux virements ;
      - Copie de toute documentation afférente à toute transaction d'investissement ;
      - Comptes de cartes de crédit (toutes transactions) incluant les états de comptes mensuels et les relevés de transaction.

   b) Bordereaux de paye;

   c) Relevés de placements REER;

d) Avis de cotisation, remboursements d'impôt sur le revenu et déclarations de revenus (1994 aux présentes);

e) Relevés d'appel téléphoniques (incluant les relevés de téléphones cellulaires);

f) Tout document et information ayant trait à l'achat et au financement de tout intérêt immobilier (directement et indirectement) tant au Canada qu'à l'étranger;

g) Tout autre document et information de nature financière ou documents comptables.

2. Eu égard à toute corporation ou fiducie dans laquelle vous-même, votre conjointe ou vos enfants ont intérêt, directement ou indirectement, incluant sans limiter la généralité de ce qui précède, toute personne, entité ou corporation énumérées à l'annexe D des présentes :

a) Registres et documents d'entreprise :

- Statuts constitutifs ;
- Déclarations modificatrices ;
- Rapports annuels et/ou déclarations annuelles (fédéral et provincial si applicable) pour chaque année se terminant au cours de la période :
- Registre des procès-verbaux des réunions des administrateurs ;
- Registre des procès-verbaux des assemblées des actionnaires ;
- Registre des actionnaires ;
- Certificats d'actions ;
- Registre des administrateurs et membres de la direction ;
- Memorandums et/ou lettres traitant de fusion et/ou liquidation (réorganisation d'entreprise) ;
- Organigramme organisationnel.

b) Registres et documents bancaires :

- Liste des institutions financières et des comptes bancaires (incluant les comptes bancaires auprès d'institutions étrangères) ;
- Liste des comptes d'investissements (incluant les comptes d'investissements auprès d'institutions étrangères) ;
- Tous les relevés bancaires, incluant chèques payés/ oblitérés par la banque, ainsi que toute pièces justificatives / documents retournés par la banque ;
- Bordereaux de dépôts (livrets);
- Talons de chèques et copies de chèques ;
- Rapprochements bancaires ;
- Tous les relevés mensuels (ou autres) pour les comptes d'investissements ;
- Documents de soutien et/ou pièces justificatives pour toutes les transactions d'investissements.

c) Registres comptables et information financière :

- Description narrative et/ou graphique du ou des systèmes comptables utilisés par chacune des corporations ou entités dont il est fait mention à l'annexe D des présentes ;
- Plan comptable ;
- États financiers vérifiés, accompagnés du rapport du vérificateur et des notes y afférentes pour tous les exercices financiers se terminant au cours de la période ;
- États financiers non vérifiés, accompagnés du rapport de mission d'examen ou de l'avis aux lecteurs, pour tous les exercices financiers se terminant au cours de la période ;
- Les états financiers internes pour tous les exercices financiers se terminant au cours de la période ;
- Les balances de vérification ;

- Grand livre général ;
- Journal général et les entrées de journal avec pièces justificatives ;
- Journal des ventes ;
- Grand livre auxiliaire des clients ;
- Journal des achats ;
- Grand livre auxiliaire des fournisseurs ;
- Journal de caisse-recettes (des encaissements) et journal des débours (des décaissements) ;
- Journal des salaires ;
- Liste des employés et leurs taux horaires respectifs ;
- Liste des clients ;
- Liste des fournisseurs, sous-contractants et consultants externes ;
- Liste des rapports et des analyses générés par le système comptable pour des fins comptables et/ou pour la direction (incluant, mais sans y être restreint, les listes de travaux en cours, les analyses et/ou autres rapports par projet montrant les heures et les dépenses imputées à des projets spécifiques ;
- Toutes les offres de services, soumissions, propositions, contrats et ententes ayant trait à tout événement ou contrat énuméré à l'annexe C des présentes et impliquant toute personne, entité ou corporation énumérée à l'annexe D des présentes;
- Copie des factures soumises pour ou par toute personne, entité ou corporation énumérée à l'annexe D des présentes ayant trait à tout événement, ou contrat dont il est fait référence à l'annexe C des présentes ;
- Analyse détaillée des ventes / revenus par clients, par mois et par projets, pour chacune des années se terminant au cours de la période ;
- Copie des factures de fournisseurs, sous-contractants et/ou consultant externes émise par toute personne, entité ou

corporation énumérée à l'annexe D des présentes, et ayant trait à tout événement, ou tout contrat dont il est fait référence à l'annexe C des présentes, le tout devant faire état du travail accompli et des services rendus ;

- Comptes de frais (dépenses) pour tous les employés, dirigeants ou sous-contractants.

d) Autres :

- Relevés des appels téléphoniques (d'affaires et téléphone cellulaire), incluant les appels interurbains;
- Les feuilles de temps de tous les employés ;
- Analyse détaillée des heures facturables et des heures facturées ;
- Journal, agenda et/ou calendrier pour tous les employés
- Toute correspondance (incluant les courriels) ayant trait à tout événement ou contrat dont il est fait mention à l'annexe C des présentes.

C

Appendice C

DEMANDE de DOCUMENTS et D'INFORMATIONS

Montréal, le 1er avril 2004

PAR SERVICE DE MESSAGERIE

Me Sylvain Lussier
DESJARDINS DUCHARME STEIN MONAST
Tour de la Banque Nationale
600, rue de La Gauchetière ouest
Bureau 2400
Montréal (Québec) H3B 4L8

Objet : Commission d'enquête sur le programme de commandites et les activités publicitaires du gouvernement du Canada

Cher collègue,

Vous m'avez informé que vous représentez le gouvernement du Canada relativement aux travaux de la Commission d'enquête susmentionnée (« l'enquête »). C'est donc en cette capacité que je vous soumets la première demande de documents et d'informations ci-jointe (« première demande ») adressée au gouvernement du Canada. Je vous demande de bien vouloir produire les documents et de fournir les informations réclamées le ou avant le 30 avril 2004, comme l'indique la demande en question.

J'attire votre attention sur trois aspects de cette demande.

D'abord, vous avez indiqué à l'avocat de la Commission que, même si vous agissez à titre de conseiller juridique du « gouvernement du Canada », qui se trouve donc à être votre client au sens général du terme, vous ne représentez pas forcément d'autres personnes et organisations dont on pourrait considérer qu'elles font normalement partie du « gouvernement du Canada ». Je vous invite à prendre acte de la définition de « gouvernement du Canada » mentionné dans la demande ci-jointe. Je vous invite à nous faire parvenir dans les plus brefs délais une liste des personnes et des organisations que vous représentez devant la Commission et une liste de celle que vous ne représenterez pas. Par ailleurs, si ces listes étaient sujettes à changement dans l'avenir, je vous demanderais de bien vouloir nous en informer au fur et à mesure.

Deuxièmement, vous constaterez que la définition de « gouvernement du Canada » dans la demande ci-jointe englobe, par exemple, les sociétés d'État, les organismes d'État et le personnel exempté (personnel politique). Or, vous avez indiqué à l'avocat de la Commission que vous ne représentez pas ces personnes et organisations. Précisons bien, cependant, que les parties

du « gouvernement du Canada » que vous représentez détiennent sans doute des documents (comme ceux mentionnés dans la demande) et des informations concernant ou émanant des personnes et des organisations que vous ne représentez pas. Comme la demande vous invite à produire des documents et à fournir des informations relatives à ces personnes et organisations qui relèvent par ailleurs de votre client, nous avons retenu une définition élargie du vocable « gouvernement du Canada ».

Troisièmement, même si la vérificatrice générale fait partie du gouvernement du Canada, au sens strict du terme, nous avons instauré un processus distinct dans son cas parce qu'elle représente un organisme indépendant qui fait rapport au Parlement. Nous ne nous attendons donc pas, en vertu de la présente demande, à ce que vous produisiez des documents qui sont en sa possession.

Nous vous demandons de bien vouloir certifier l'exécution de cette première demande de documents et d'informations, quand tel aura été le cas.

Je crois que nous devrions nous entretenir de la façon dont il sera possible, d'un point de vue logistique, d'exécuter au mieux la demande ci-jointe.

Veuillez agréer, cher collègue, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Me Neil Finkelstein

NF/mjc

P.j.

COMMISSION D'ENQUÊTE SUR LE PROGRAMME DE COMMANDITES ET LES ACTIVITÉS PUBLICITAIRES

DEMANDE DE DOCUMENTS ET D'INFORMATIONS

PREMIÈRE DEMANDE DE DOCUMENTS ET D'INFORMATIONS CONCERNANT LE GOUVERNEMENT DU CANADA

Date de la demande: 1er avril 2004

Échéance de production: 30 avril 2004

La présente demande de documents et d'informations est formulée conformément aux pouvoirs qui ont été conférés au juge John H. Gomery en vertu de l'article 4, partie I, de la *Loi sur les enquêtes*, ce pouvoir ayant été délégué à l'avocat de la Commission conformément à l'article 11 de la même loi.

A. Définitions

(a) Les « activités publicitaires » s'entendent des activités de publicité mentionnées dans le rapport de novembre 2003 que la vérificatrice générale du Canada a adressé à la Chambre des communes relativement au programme de commandites et aux activités publicitaires du gouvernement du Canada, plus précisément en ce qui a trait aux activités conduites entre le 1er janvier 1994 et ce jour.

(b) Les « sociétés et organismes d'État » s'entendent notamment de la Banque de développement du Canada (BDC), de la Société centrale d'hypothèques et de logement du Canada (SCHL), de la Commission canadienne du tourisme, de la Société du Vieux Port de Montréal Incorporée, de la Société du Centre national des arts, de la Commission de la Capitale nationale, de Via Rail Canada Inc. (VIA), de la Société canadienne des postes et de la Gendarmerie royale du Canada (GRC)

(c) Les « documents » s'entendent de toutes les notes de service, données et analyses ainsi que de tous les rapports (y compris les rapports internes et autres rapports de vérification), les procès-verbaux, les documents d'information, les mémoires, les documents de correspondance, les dossiers (y compris les dossiers comptables et financiers), les agendas, les journaux personnels, les documents d'enquête, les deux test, les dossiers, les courriels ou autres dossiers électroniques ou supports de communication et documents écrits internes au gouvernement du Canada ou échangés avec des sources externes, notamment les opinions juridiques (sujettes ou pas au secret professionnel), soit, sans limiter la portée générale de ce qui précède, tout document défini par les présentes et pouvant être sujet au privilège du Cabinet ou de l'Exécutif que pourrait posséder, garder ou contrôler le gouvernement du Canada, ses mandataires, fonctionnaires, hauts fonctionnaires ou agents contractuels y compris tout employé du gouvernement du Canada, tout ministre et tout membre du personnel exempté (politique), ancien ou en poste. Il peut s'agir de documents se trouvant dans des entrepôts qui ne sont pas situés dans les bureaux même du gouvernement ou qui ont été archivés, ainsi que de tout fichier, document ou support électronique. Les fichiers, documents et supports électroniques ne doivent pas être copiés ni joints d'une manière qui pourrait occasionner la perte ou la modification des informations électroniques qu'ils contiennent, et les disques durs devront être protégés.

(d) Un « employé » s'entend de tout employé, mandataire, fonctionnaire, haut fonctionnaire ou agent contractuel du gouvernement du Canada, ancien ou en poste.

(e) Le « gouvernement du Canada » s'entend notamment de toute personne élue ou non élue, institution ou organisation et de tout ministère du gouvernement du Canada (travaillant pour ce dernier ou en faisant partie). Exemples :

i) ministres (y compris les premiers ministres) et personnel des cabinets de ministre à Ottawa, dans les circonscriptions ou dans d'autres bureaux;

ii) personnel politique exempté, ancien ou en poste ;

iii) employés du gouvernement du Canada;

iv) Cabinet du premier ministre (CPM);

v) Bureau du conseil privé (BCP);

vi) Conseil du Trésor y compris le Secrétariat du Conseil du Trésor;

vii) Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (Travaux publics) ainsi que ses prédécesseurs, successeurs et ayants droit, notamment Communications Canada et la Direction générale des services de coordination des communications et le Secteur de la publicité et de la recherche sur l'opinion publique (SPROP);

viii) le ministère des Finances;

ix) le ministère de la Justice;

x) Tourisme Canada;

xi) l'Agence des douanes et du revenu du Canada;

xii) Santé Canada;

xiii) les sociétés et organismes de la Couronne ainsi que leurs employés.

(f) Les « ministres » s'entendent des ministres actuels ou anciens, notamment du Premier ministre.

(g) Le « programme de commandites » s'entend du programme de commandites mentionné dans le rapport de novembre 2003 que la vérificatrice générale du Canada a adressé à la Chambre des communes au sujet du programme de commandites et des activités de publicité du gouvernement du Canada, plus précisément les activités de commandites du 1er janvier 1994 à nos jours.

(h) La « Réserve pour l'unité nationale » s'entend du fonds créé pour favoriser l'unité nationale canadienne, fonds qui a été administré par le CPM et aboli dans le budget déposé à la Chambre des communes le 23 février 2004 par le ministre des Finances, Ralph Goodale

B. Demandes de documents

Pour la période allant du 1er janvier 1994 à nos jours et pour toute période subséquente, produire, d'ici le 30 avril 2004, tous les documents incluant toutes les photocopies qui constituent elles-mêmes des sources et, pour chaque original des photocopie, précisant qui en avait la garde, la possession et le contrôle; le cas échéant, préciser l'auteur des notes marginales pertinentes aux aspects suivants :

1. création et objectif du programme de commandites et du Fonds de la Réserve pour l'unité nationale;

2. sélection des agences de communication et de publicité en relation avec les activités publicitaires;

3. administration, par le gouvernement du Canada, du programme de commandites, de la Réserve pour l'unité nationale et des activités de publicité;

4. réception et utilisation par toute personne ou organisation appartenant ou non au gouvernement du Canada des fonds ou des commissions ayant un lien avec le programme de commandites, la Réserve pour l'unité nationale et les activités publicitaires;

5. flux financiers internes au gouvernement associés au programme de commandites, à la Réserve pour l'unité nationale et aux activités publicitaires, jusqu'au point où ces fonds ont été versés à des sources extérieures au gouvernement du Canada, y compris en ce qui a trait aux fonds ayant été remboursés en partie ou en totalité au gouvernement du Canada;

6. tout cadeau, toute contribution et tout versement effectué directement ou indirectement à des fins politiques par un bénéficiaire du programme de commandites, de la Réserve pour l'unité nationale ou des activités publicitaires;

7. identité de toute personne ou organisation ayant reçu des fonds du programme de commandites, de la réserve pour l'unité nationale ou des activités publicitaires, notamment sous la forme de droits ou de commissions, raison pour laquelle les fonds en question ont été versés à ladite personne ou organisation et valeur de la contrepartie obtenue par le gouvernement du Canada;

8. documents contractuels et documents connexes, y compris les appels d'offres, les contrats (notamment au stade d'avant-projet), documents de suivi, analyses (avant et après la signature des contrats) ainsi que tous les dossiers visés par le programme de commandites et les activités publicitaires;

9. documents et informations produits par le gouvernement du Canada au Comité permanent des comptes publics de la Chambre des communes;

10. tout autre document relié au programme de commandites, à la Réserve pour l'unité nationale et aux activités publicitaires du gouvernement du Canada.

C. Demande d'informations

1. Fournir une liste des personnes - précisant leurs postes actuel et passé, si cette information est pertinente, de même que leur adresse, numéros de téléphone et de télécopieur et adresse de courriel actuels - qui pourrait posséder une connaissance utile des aspects mentionnés aux points 1 à 10 de la partie « Demandes de documents » ci-dessus, ou qui auraient pu participer à ces activités. Cette liste devra notamment concerner toutes les personnes dont on peut raisonnablement penser qu'elles détiennent une preuve pertinente

et substantielle dont elle pourrait faire état en qualité de témoin devant la Commission, dans le cadre de ses audiences publiques;

2. fournir une liste de tous les ministères et de toutes les organisations du gouvernement du Canada, y compris les sociétés et organismes d'État, qui possèdent des informations, des preuves et des documents pertinents aux aspects mentionnés aux points 1 à 10 de la partie précédente intitulée « Demandes de documents », liste qui devra préciser ce qui suit :

   a) noms, poste (actuel ou ancien), adresse, numéros de téléphone et de télécopieur et adresse de courriel des personnes qui sont des points de contact appropriés pour les informations et les documents recherchés;

   b) organigrammes des ministères et des organismes concernés pour la période du 1er janvier 1994 à nos jours; ces organigrammes devront préciser les noms, postes et coordonnées des personnes ayant occupé des postes pertinents pendant la période en question.

3. Fournir des documents et désignés des personnes pour expliquer :

   a) les règles, procédures, structures, systèmes hiérarchiques, lignes directrices en matière d'approbation, contrôles internes, programmes d'acquisition de services et sélection de fournisseurs par le gouvernement du Canada, types ou habituels, notamment en ce qui a trait aux modifications pertinentes apportées à ce qui précède;

   b) les règles, procédures, structures, systèmes hiérarchiques, systèmes et lignes directrices en matière d'approbation, contrôles internes, types ou habituels, en ce qui a trait au programme de commandites, au fonds de la Réserve pour l'unité nationale et aux activités de publicité; en cas de non-respect des normes types ou d'écart par rapport à celles-ci, comment cela s'est produit et qui en a été responsable.

4. Liste de toutes les agences de communication et de publicité, notamment de leurs affiliés et sous-traitants (sous le vocable collectif d'« agences ») à qui le gouvernement du Canada a accordé des contrats ou dont il a retenu les services entre le 1er janvier 1994 et aujourd'hui. Cette liste devra comprendre :

   a) le nom, l'adresse et les coordonnées de chaque agence;

   b) les sommes qui leur ont été payées, réparties entre les honoraires, les commissions et les services (avec descriptions);

   c) les noms, adresses et numéros de téléphone des dirigeants de ces agences;

   d) les noms des sociétés affiliées et ceux de leurs dirigeants.

D

Appendice D

GESTION et EXAMEN des DOCUMENTS par KROLL

1.0 PROTOCOLES ET PROCÉDURES

Des millions de pages de documents ont été produites en réponse aux assignations de la Commission d'enquête et aux lettres d'appel du gouvernement du Canada (équivalent gouvernemental des assignations). Face à ce volume de documents, il a fallu élaborer des protocoles et de procédures pour en faciliter l'accès et pour déterminer le degré de confidentialité à leur accorder avant de les divulguer.

1.1 Accès aux documents produits par le gouvernement

Les documents du gouvernement ont été entreposés dans des bibliothèques spéciales du gouvernement auxquelles la Commission avait librement accès. Ceci a permis à la Commission d'examiner les documents et au gouvernement de continuer à répondre aux demandes d'accès à l'information, d'analyser les

documents du point de vue de la confidentialité et de continuer à scanner et à photocopier les documents clés.

Le protocole concernant la production de documents du gouvernement a été formalisé dans une entente intitulée « *Entente portant sur l'établissement d'un protocole destiné à régir la production de documents survenue entre la Commission d'enquête sur le Programme de commandites et les activités publicitaires et le gouvernement du Canada* » qui figure à la fin de cette annexe.

1.2 Protection des documents produits par le gouvernement

Des procédures spéciales ont été établies pour déterminer le degré de confidentialité à accorder aux documents. Il a été convenu que les avocats du gouvernement du Canada seraient prévenus chaque fois que la Commission envisagerait de communiquer des documents aux parties, de façon à leur permettre d'examiner si les documents choisis devaient être protégés et à prendre éventuellement les mesures nécessaires pour en préparer la divulgation.

2.0 BIBLIOTHÈQUES ET CATALOGUES DOCUMENTAIRES

Kroll a participé à l'élaboration et à la mise en oeuvre d'un plan réaliste de conservation et de gestion des documents reçus en réponse aux assignations de la Commission et aux lettres d'appel du gouvernement. Il a été essentiel de concevoir un système de catalogage des documents, lesquels étaient entreposés dans maints locaux différents. Ces catalogues ont été conçus pour donner une description générale des documents ou groupes de documents, ainsi que les informations nécessaires pour les gérer, les localiser et, dans certains cas, les cibler pour un examen détaillé.

On trouvera ci-après un résumé des bibliothèques et catalogues documentaires élaborés pour organiser, gérer et localiser les documents.

2.1 Bibliothèque et catalogues documentaires de TPSGC

TPSGC a produit la très grande majorité des documents reliés aux activités de commandites. Le tout a fini par représenter quelque 5 170 boîtes contenant

plus de 20,7 millions de pages. En outre, 1 904 boîtes supplémentaires contenant 7,6 millions de pages entreposées dans des archives diverses ont été localisées et échantillonnées mais on a conclu qu'elles n'étaient pas pertinentes ou ne répondaient pas aux assignations de la Commission ou aux lettres d'appel du gouvernement. Une bibliothèque de TPSGC a été ouverte à Gatineau (Québec) pour classer, cataloguer et entreposer les documents produits par TPSGC et permettre à la Commission de les examiner puis, si nécessaire, de les photocopier.

TPSGC a également mis sur pied un certain nombre d'équipes chargées d'examiner et de cataloguer le contenu de la bibliothèque; et les résultats de leur travail ont été saisis dans une série de bases de données détaillées. La plupart des collections bibliothécaires de TPSGC ont été décrites au niveau du dossier et quelques-unes, jugées moins pertinentes, au niveau de la boîte. Les dossiers ont été décrits au moyen d'informations objectives tellesque :

- le titre de la collection;
- la description du contenu du document;
- le numéro de référence;
- les dates ou la période concernée par le document;
- type de document
- numéro du contrat, nom de l'agence de communication et type de document (p. ex. paiement, acquisition, programme, etc.) pour les dossiers concernant des contrats.

Dans certains cas, TPSGC avait également fourni des informations « qualitatives » :

- événement de commandite visé par le document;
- agences de communications concernées par le document
- principaux intéressés (fonctionnaires et employés des agences de communication) visés par le document.

La plupart des documents produits par le Bureau du conseil privé (BCP) et le Secrétariat du Conseil du trésor (SCT) ont également été entreposés dans la bibliothèque de TPSGC. De même, tous les documents que TPSGC a reçus à la suite des audiences du Comité des comptes publics ont également été entreposés dans cette bibliothèque.

2.2 Autres bibliothèques ministérielles et catalogues documentaires

Comme nous l'avons indiqué, la plupart des documents concernant les activités de commandite sont venus de TPSGC et, dans une moindre mesure, du BCP et du SCT. Certes, les activités publicitaires ont concerné la quasi-totalité des ministères fédéraux durant la période considérée, mais les critères retenus pour déterminer la pertinence des documents correspondants étaient beaucoup moins clairs. On a jugé qu'il ne serait ni efficace ni rentable de regrouper et d'entreposer tous ces documents dans une seule bibliothèque. Chaque ministère a donc été invité à dresser un catalogue de ses documents reliés aux activités publicitaires afin d'en déterminer la pertinence éventuelle pour la Commission. Ces catalogues comprenaient des informations fondamentales :

- titre et description du contenu;
- date;
- agences de communications concernées (le cas échéant)
- personne-contact et code de référence pour localiser le document.

Après avoir examiné ces catalogues, les employés de la Commission ont pris des dispositions pour localiser et examiner les documents susceptibles de les intéresser et en obtenir éventuellement des copies.

2.3 Bibliothèque et catalogues documentaires de la Commission

La bibliothèque de la Commission comprend deux antennes, l'une à Montréal et l'autre à Ottawa. On y trouve tous les documents non gouvernementaux reçus en réponse aux assignations, c'est-à-dire les documents :

- du Bureau du vérificateur général;
- des sociétés d'État;
- des agences de communications, y compris de leurs institutions financières et firmes de vérification;
- des bénéficiaires de fonds de commandites;
- de la GRC
- du Comité des comptes publics (documents du gouvernement et d'autres entités).

On a également entreposé dans la bibliothèque de la Commission des copies de certains documents conservés dans les bibliothèques du gouvernement. Par exemple, les documents ou « collections de documents » devant manifestement jouer un rôle central dans l'Enquête ont été entreposés dans les bibliothèques de la Commission pour en faciliter l'accès et l'examen.

Un catalogue détaillé (sous forme de base de données) décrivant ces documents a été préparé et codé. Les informations saisies comprenaient notamment :

- le code de localisation du document, qui a été conçu de manière à fournir une référence et une adresse uniques sur l'emplacement du document dans la bibliothèque de la Commission, et le code de localisation, également conçu pour permettre de regrouper tous les documents provenant de la même « collection d'origine »;
- le nom de la collection d'origine;

- l'emplacement de la bibliothèque (Montréal, Ottawa ou les deux);
- le type de document;
- la date de réception du document;
- la source originelle et le numéro de référence;
- le titre ou la description du contenu;
- la date ou la période du document
- un signet pour sa saisie dans le système de gestion des documents.

À mesure que les documents étaient reçus, classés, catalogués et entreposés dans la bibliothèque de la Commission, une liste était distribuée aux employés pour leur permettre de localiser ceux dont ils avaient besoin.

3.0 EXAMEN ET ANALYSE DES DOCUMENTS

3.1 Filtrage et sélection

Les divers catalogues documentaires décrits ci-dessus ont servi aux avocats, aux juricomptables et aux enquêteurs à cibler et à localiser les documents dont ils avaient besoin eu égard au mandat de la Commission. Comme nous l'avons dit, les catalogues complets et les ajouts éventuels au catalogue ont été régulièrement communiqués à l'équipe de la Commission. En outre, des recherches exhaustives dans les catalogues ont permis de repérer les documents pertinents en fonction, essentiellement, du nom des individus clés, des événements de commandites, des numéros des contrats de commandites ou de publicité ou des diverses périodes en considération.

Une fois les documents localisés et examinés, ceux qui étaient jugés pertinents pour interroger les témoins, avant et pendant les audiences, ou qui méritaient une analyse plus approfondie, étaient marqués d'un signet pour être saisis et gérés dans un « système de gestion de documents » spécialisé.

Si l'on ne trouvait pas les documents requis, d'autres demandes ou assignations étaient envoyées afin d'obtenir les informations nécessaires pour la conduite de l'Enquête.

3.2 Saisie des documents dans le système de gestion spécialisé

Les documents « filtrés » jugés pertinents par la Commission pour les entrevues avec les témoins, les enquêtes et l'interrogation des témoins étaient saisis dans un système de gestion de documents spécialisé. Il était question de faciliter :

- la gestion du processus global de notification et de production de documents du gouvernement en vue de leur divulgation aux parties à l'Enquête;
- l'examen et l'analyse des documents clés.

Kroll a retenu les services de Supergravity, fabricant de pointe de logiciels de gestion de documents, de gestion de cas et de soutien du contentieux pour élaborer, gérer et entreposer une base de données sécuritaire des documents de la Commission. Supergravity a été chargée de :

- saisir les documents choisis en les scannant ou les convertissant dans le format requis;
- convertir les images de documents en textes pour permettre les recherches par simple interrogation au clavier;
- bâtir une base de données documentaire entièrement intégrée et indexée pour une fonctionnalité avancée;
- former le personnel de la Commission à l'utilisation de SUPERText Research PRO, l'interface « analytique » de la base de données documentaire, en fonction des besoins fonctionnels de la Commission;
- assurer un accès en temps réel, sécuritaire, à distance et simultané à 25 utilisateurs de la Commission par le truchement d'une connexion

Internet et d'un fureteur;

- assurer la mise à jour et la maintenance continues de la base de données documentaire de la Commission, notamment par son indexation textuelle complète et par l'exécution de copies de sauvegarde; et
- produire des CD contenant des documents choisis afin qu'ils puissent être divulgués sous divers formats numérisés selon les besoins et capacités variables des parties à l'Enquête.

La préparation des documents « choisis » afin de les intégrer au système de gestion de documents comprenait plusieurs tâches préalables :

- cataloguer et classer les documents;
- préparer les documents devant être scannés (retirer les agrafes, pinces, etc.);
- identifier les groupes de documents, p. ex. les pièces jointes;
- insérer et coder les intercalaires ;
- classer et préparer les documents devant être expédiés.

Une fois que les documents choisis étaient saisis dans la base de données SUPERText, tous les membres de l'équipe de la Commission pouvaient y avoir facilement accès pour les examiner et les analyser.

3.3 Analyse et codage des documents

Lorsque les documents choisis étaient saisis dans la base de données SUPERText, chacun était codé avec le nom de sa source, un titre ou une description de son contenu et, si possible, une date.

Le nom de la collection d'origine du document était utilisé comme référent organisationnel de la base de données documentaire, ce qui facilitait la recherche et la consultation des documents par l'équipe de la Commission.

Les documents pouvaient également être localisés en effectuant des recherches par chaîne de caractères. Ces recherches pouvaient se faire au moyen du nom des personnes clés, des événements de commandites ou des numéros de contrats. Les avocats, les comptables et les enquêteurs pouvaient identifier et résumer des informations en fonction des thèmes fondamentaux suivants :

- création et financement du programme de commandites;
- sélection des agences de communication ou de publicité;
- gestion du programme de commandites et des activités publicitaires par les agents du gouvernement, à tous les échelons ;
- réception et utilisation de toute somme ou commission versée dans le cadre du programme de commandites, etc.

Dans bien des cas, les commentaires ou constatations de la personne ayant analysé un document étaient enregistrés dans la base de données documentaire dans l'intérêt des autres membres de l'équipe de la Commission.

3.4 Production et divulgation de documents pour les audiences

La divulgation des documents « pertinents » pour l'interrogation des témoins a nécessité l'application d'un processus exhaustif et détaillé. En voici quelques étapes clés.

3.4.1 Codage des documents

Le codage des documents, comprenant le nom de la collection d'origine ainsi que le titre, la description et la date du document, était nécessaire pour produire un index des documents devant être produits et divulgués aux parties à l'Enquête.

3.4.2 Notification du gouvernement

Comme nous l'indiquons au chapitre 1.2, la Commission avait accepté de « notifier » à l'avance les avocats du gouvernement du Canada au sujet de tout document du gouvernement que la Commission aurait décidé de

communiquer aux parties. Ceci devrait permettre aux avocats du gouvernement d'examiner le document pour voir s'il devait être protégé et pour en préparer éventuellement la divulgation.

Ce processus devait être soigneusement documenté et surveillé pour assurer sa bonne synchronisation avec le calendrier de comparution des témoins et pour minimiser les divulgations inappropriées. Des procédures et échéanciers de suivi ont été adoptés pour gérer ce processus.

3.4.3 Production et divulgation de documents

Tous les documents que les avocats de la Commission devaient utiliser pour interroger les témoins durant les audiences devaient être produits à l'avance aux parties à l'Enquête. En outre, on a décidé que les collections documentaires essentielles pour l'Enquête seraient produites dans leur totalité, même si certains de leurs documents ne devaient pas être utilisés durant les audiences.

Les documents produits et divulgués aux parties à l'enquête l'ont été sous deux formats numérisés. Le format initial était une version « allégée » du logiciel SUPERText: Research PRO appelée SUPERText: BASIC. Cette approche consistait à regrouper les documents totalement indexés et classés sur des CD pour permettre aux utilisateurs de chercher et de localiser les fichiers qu'ils souhaitaient examiner ou imprimer sans avoir besoin de formation particulière ou de soutien technique. C'était la solution du « plus petit dénominateur commun » car chaque CD comprenait une base de données documentaire autonome utilisable sous pratiquement n'importe quelle configuration informatique, ce qui était particulièrement important pour les petits cabinets d'avocats ayant des ressources limitées en informatique, qu'il s'agisse de matériel ou de soutien technique. En revanche, la limite inhérente à cette approche tenait au fait que les recherches et analyses ne pouvaient se faire que sur un CD à la fois.

Après avoir examiné les décisions prises dans d'autres situations ayant exigé la divulgation d'un très grand nombre de documents, les avocats de la Commission ont décidé de fournir à toutes les parties à l'Enquête le même outil que la Commission allait utiliser pour ses propres analyses de documents.

Ainsi, chaque partie à l'enquête a reçu une licence d'utilisation du logiciel SUPERText Research PRO avec les instructions et le soutien technique nécessaires pour bâtir une base de données documentaire intégrée. Cette base de données documentaire devait être continuellement mise à jour à mesure que de nouvelles séries de documents étaient produites et divulguées.

En conséquence, chaque série de documents divulguée l'était en format SUPERText: BASIC et en format SUPERText Research PRO.

Ce processus devait être également soigneusement documenté et surveillé pour assurer sa bonne synchronisation avec le calendrier de comparution des témoins. Ici encore, des procédures et échéanciers de suivi ont été mis au point pour gérer ce processus.

4.0

UNIVERS DOCUMENTAIRE DE LA COMMISSION - QUELQUES STATISTIQUES

Univers documentaire de la Commission -- Quelques statistiques

Bibliothèques documentaires	Documents reçus et catalogués		Nombre de pages saisies dans la base de données SUPERText	Nombre de pages de SUPERText divulguées aux parties à l'Enquête
	Nombre de boîtes	Nombre de pages		
TPSGC	5 170	20 680 000		
Autres ministères fédéraux	623	2 492 000		
Commission d'enquête	1 275	5 100 000		
TOTAL	7 068	28 272 000	559 411	480 789

Remarque

1. Le tableau ne comprend pas 1 904 autres boîtes, soit 7,6 millions de pages entreposées dans diverses archives qui ont été jugées, après localisation et échantillonnage, comme non pertinentes aux assignations de la Commission ou aux lettres d'appel du gouvernement.
2. Ce tableau ne comprend pas les 258 CD reçus de sources autres que TPSGC.

Ainsi, chaque partie à l'enquête a reçu une licence d'utilisation du logiciel SUPERText Research PRO avec les instructions et le soutien technique nécessaires pour bâtir une base de données documentaire intégrée. Cette base de données documentaire devait être continuellement mise à jour au mesure que de nouvelles séries de documents étaient produites et divulguées.

En conséquence, chaque série de documents divulguée l'était en format SUPERText BASIC et en format SUPERText Research PRO.

Ce processus devait être également soigneusement documenté et surveillé pour assurer sa bonne synchronisation avec le calendrier de comparution des témoins. Et encore, des procédures et échéanciers de suivi ont été mis au point pour gérer ce processus.

3.0
UNIVERS DOCUMENTAIRE DE LA COMMISSION : QUELQUES STATISTIQUES

Univers documentaire de la Commission – Quelques statistiques

Bibliothèques documentaires	Documents reçus et catalogués	Nombre de pages saisies dans la base de données SUPERText	Nombre de pages de SUPERText divulguées aux parties à l'Enquête

ENTENTE

PORTANT SUR L'ÉTABLISSEMENT D'UN PROTOCOLE DESTINÉ À RÉGIR LA PRODUCTION DE DOCUMENTS, SURVENUE

ENTRE : La Commission d'enquête sur le programme de commandites et Les activités publicitaires
(**« la Commission »**)

ET : Le gouvernement du Canada
Représenté par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Introduction

Par décret 2004-110, le comité du Conseil privé a nommé l'honorable juge John H. Gomery, juge à la Cour supérieure du Québec, en qualité de commissaire chargé de faire notamment enquête sur les questions que la vérificatrice générale du Canada a soulevées directement ou indirectement dans les chapitres 3 et 4 de son rapport de novembre 2003, qu'elle a adressé à la Chambre des communes, relativement au programme de commandites et aux activités publicitaires du gouvernement du Canada, et à faire rapport à cet égard. La Commission est créée en vertu de la partie I de la *Loi sur les enquêtes*.

Dans une lettre datée du 1er avril 2004, la Commission a adressé une première demande de documents et d'informations au gouvernement du Canada. En cours d'enquête, celle-ci devrait être suivie par d'autres demandes du genre.

Dans une lettre datée du 29 avril 2004, la Commission a repoussé au 5 juillet 2004 la date butoir pour la production de documents, étant entendu que la Commission dressera un échéancier de transmission des documents qui devront lui être communiqués en priorité d'ici-là.

La présente entente est destinée à établir un cadre visant à favoriser la production ordonnée des documents que la Commission réclamera au gouvernement du Canada.

Création d'une bibliothèque de documents

1. Le gouvernement du Canada établira une bibliothèque de documents (« bibliothèque ») en conformité avec les conditions énoncées dans la présente entente, bibliothèque où seront entreposés les documents qu'il produira à la Commission. Les coûts de mise sur pied et d'administration d'une bibliothèque obéissante à la présente description seront assumés par le gouvernement du Canada.

Production de documents

2. Les documents seront considérés comme ayant été produits par le gouvernement du Canada à la Commission, sur réception d'un avis écrit de la Commission décrivant avec une précision raisonnable le ou les documents produits et confirmant que ledit ou lesdits ont été archivés dans la bibliothèque ou qu'ils ont été directement livrés à la Commission, dans ses locaux de Montréal ou dans tout autre emplacement qu'elle pourra désigner.

Constitution et administration d'une base de données pour la bibliothèque de documents

3. Le gouvernement du Canada sera chargé d'annexer les documents, avec le plus de précision possible en fonction des circonstances, au fur et à mesure qu'ils seront entreposés dans la bibliothèque, et il devra administrer une base de données dressant la liste des documents produits pour la Commission et indiquant leur emplacement dans la bibliothèque.

4. La base de données de la bibliothèque devra contenir, au minimum, les renseignements suivants à condition qu'ils soient connus :

   - emplacement des documents dans la bibliothèque;
   - source des documents (la plus précise possible);
   - auteur des documents et personne responsable de leur archivage dans la bibliothèque;
   - titres et dates de publication des documents.

5. Le gouvernement du Canada désignera un gestionnaire qui sera chargé de veiller au fonctionnement de la bibliothèque. En outre, le gouvernement du Canada désignera une personne responsable de constituer et d'administrer ladite base de données.

6. La Commission aura accès à la base de données sur demande. En outre, une liste à jour de la base de données sera régulièrement remise à la Commission ou à la demande de cette dernière.

Propriété des documents

7. Les documents de la bibliothèque demeureront la propriété du gouvernement du Canada. Cependant, l'accès à la bibliothèque sera strictement limité conformément aux dispositions de la présente entente et aucun document ne pourra être retiré de la bibliothèque si ce n'est en conformité avec la présente entente.

Emplacement de la bibliothèque

8. La bibliothèque sera située dans la région de la Capitale nationale, plus précisément à la phase III, noyau 9C2, de la Place du Portage, à Gatineau (Québec).

Sécurité

9. Le gouvernement du Canada sera chargé d'assurer la sécurité de la bibliothèque et des locaux adjacents. Les modalités relatives à la sécurité sont énoncées à l'annexe A de la présente entente.

Locaux et contenu de la bibliothèque

10. La bibliothèque sera organisée de manière à faciliter l'accès aux documents qui y seront entreposés.

11. La bibliothèque sera dotée d'au moins un télécopieur.

12. La bibliothèque comportera un espace de travail que le personnel de la Commission pourra utiliser et auquel il pourra avoir accès sur demande.

Accès à la bibliothèque par le personnel de la Commission

13. Le personnel de la Commission, ses représentants, des experts ou toute personne que la Commission pourra désigner pourra accéder à la bibliothèque pendant les heures normales de travail. Les week-ends, et sur préavis de 24 heures ou de 36 heures, le gouvernement du Canada devra prendre des dispositions nécessaires pour rendre la bibliothèque accessible aux personnes désignées par la Commission en dehors des heures normales de travail, sept jours sur sept et 24 heures sur 24.

14. La Commission a le droit de demander et de recevoir des photocopies de tout document contenu dans la bibliothèque, comme le précise les paragraphes ci-dessous.

Accès à la bibliothèque par le gouvernement du Canada

15. Les employés autorisés du gouvernement du Canada pourront accéder à la bibliothèque afin de répondre aux demandes d'accès à l'information ou de se plier à toute autre exigence opérationnelle considérée raisonnable et justifiée.

16. L'accès à la bibliothèque sera consenti à M[e] Carolyn Kobernick et à M[e] Sylvain Lussier, avocats représentant le gouvernement du Canada, ainsi qu'aux fonctionnaires qu'ils désigneront à des fins touchant au travail de la Commission.

17. L'accès à la bibliothèque sera également consenti à M^e^ André Gauthier, conseiller spécial en matière de recouvrement financier, à son personnel et aux fonctionnaires qu'il désignera aux fins de la présente enquête.

Accès par des tierces parties

18. L'accès à la bibliothèque pourra être consenti à des personnes autorisées à des fins d'enquête de police.

Accès par d'autres personnes

19. En réponse à une demande écrite du gouvernement du Canada, la Commission pourra autoriser d'autres personnes à accéder à la bibliothèque.

Photocopie de documents

20. Toute personne autorisée à accéder à la bibliothèque pourra faire des photocopies de documents sur place, sous réserve qu'elle respecte les règles que le gouvernement du Canada jugera bon d'imposer. Cependant, le droit de la Commission d'accéder aux documents et d'obtenir des photocopies sur demande ne pourra être limités sauf dans les situations où il apparaîtra raisonnable de protéger le secret professionnel ou les privilèges énoncés à l'article 39 de la *Loi sur la preuve au Canada*.

21. Le gouvernement du Canada conclura un contrat avec une entreprise compétente, disposant de l'autorisation sécuritaire voulue, spécialisée dans la reproduction de documents (« contrat de photocopie »). Le contrat de photocopie précisera les conditions dans lesquelles l'entreprise désignée (« fournisseur de service de photocopie ») sera appelée tirer des photocopies des documents entreposés dans la bibliothèque. Le contrat comportera une clause de confidentialité. Les conditions énoncées dans le contrat de photocopie seront sujettes à approbation préalable par la Commission.

22. Le contrat de photocopie stipulera que le fournisseur de service de photocopie sera responsable de réceptionner les documents photocopiés, puis de les retourner dans la bibliothèque ou de les remettre au personnel autorisé de la bibliothèque dans le même état qu'au moment de leur réception.

23. Les documents ne pourront être retirés de la bibliothèque qu'à des fins de reproduction, à la demande du gestionnaire de la bibliothèque ou d'une personne autorisée par ce responsable à cette fin. Le retrait effectif des documents ne pourra se faire que par le fournisseur de service de photocopie, conformément à son contrat de photocopie, ou par un employé de la bibliothèque désigné par le gestionnaire de la bibliothèque ou par son représentant.

24. Toute personne autorisée à accéder à la bibliothèque et désireuse d'obtenir des photocopies de documents devra en faire la demande au gestionnaire de la bibliothèque qui prendra les dispositions nécessaires pour faire faire de telles photocopies sur place ou pour les demander au fournisseur de service de photocopie.

25. Aucun document ne pourra être retiré de la bibliothèque sans que la Commission n'en soit préalablement avisée. À cet égard, le gestionnaire de la bibliothèque devra fournir un préavis de 24 heures au minimum. La Commission pourra s'opposer au choix du moment pour retirer un document et si elle d'avis que le retrait envisagé risque de la gêner dans son travail.

<u>Photocopies demandées par la Commission</u>

26. Le gouvernement du Canada sera responsable de faire rapidement photocopier tout document réclamé par la Commission. Les photocopies seront acheminées aux locaux de la Commission, à Montréal, à moins que celle-ci ne désigne un autre lieu de livraison.

27. Chaque page de photocopie devra être paginée en propre, conformément à un protocole d'accord relatif à la pagination. Si le

gouvernement du Canada décide de faire scanner des documents, il devra remettre à la Commission un exemplaire de la version électronique de cette saisie en même temps que les photocopies.

28. À moins que le gouvernement ne remette également les versions électroniques (scannées) des documents, les photocopies livrées à la Commission ne devront pas être agrafées, mais elles devront comporter des séparateurs entre les divers documents, chaque liasse devant être dûment identifiée.

Suivi de la sortie des documents

29. Le gouvernement du Canada devra, à la satisfaction de la Commission, mettre sur pied un système de suivi de la sortie et du retour des documents traités à la photocopie. Un registre permanent devra indiquer les documents retirés, la date et l'heure de leur sortie ainsi que la date et l'heure de leur retour, le nom de la ou des personnes ayant demandé les photocopies, leur service d'appartenance, de même que l'identité de la ou des personnes qui auront physiquement retiré lesdits documents.

Communication entre la Commission et le gouvernement du Canada

30. Toute communication officielle entre la Commission et le gouvernement du Canada relativement à la production de documents se fera par lettres entre les personnes mentionnées ci-dessous à moins que les parties d'en désignent officiellement d'autres.

31. Contact pour les communications adressées à la Commission :

Me Gregory B. Bordan
Commission d'enquête sur le programme de commandites et les activités publicitaires
Complexe Guy-Favreau
200, boul. René-Lévesque ouest
Tour Est, bureau 608
Montréal (Québec) H2Z 1X4
Télécopieur : (514) 283-8138

Contact pour les communications adressées au gouvernement du Canada :

Me André Lespérance
Ministère de la Justice
Complexe Guy-Favreau
200, boul. René-Lévesque ouest
Tour Est, 9e étage
Montréal (Québec) H2Z 1X4
Télécopieur : (514) 283-3856

32. La présente entente pourra être modifiée par écrit moyennant le consentement des deux parties.

SIGNATURE :

Au nom de la Commission d'enquête ::

Date : _____

_____

Gregory B. Bordan
Avocat de la Commission

Au nom du gouvernement du Canada:

Date : _____

_____

Elisabeth Nadeau
Sous-ministre adjointe,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Bureau de liaison avec les enquêtes

PORTAGE III
PHYSICAL SECURITY MEASURES FOR SPONSORSHIP INQUIRY

Attachment A

These measures were developed in accordance with the Government of Canada Security Policy, Chapter 2-2, Physical Security Standards.

1B3 Scanning Centre

3 passive infrared motion detectors
Door contact for local alarm
LCD keypad
Medeco key system not keyed to master

1BA2 Offices

3 passive infrared motion detectors
LCD keypad
Proximity card reader with electric strike
Door contact for local alarm
Medeco key system not keyed to master

Tower C Basement Records Centre

7 passive infrared motion detectors
Recessed door contacts for local alarm kit
Proximity card reader with electric strike
Intercom station (1 master and 2 substations)
Door release (request to exit system)

4 dome mount vandal proof cameras
Monitor with dedicated hard drive

Chain link fence with sliding gate
Combination lock

9C2 Records Management Reading Centre

4 passive infrared motion detectors
Door contacts for local alarm
Proximity card reader with electric strike
LCD Keypad
Medeco key system not keyed to master
Cypher locks on both doors to photocopy area

Dutch door system between copy/file centre and rest of space
Perimeter wall construction is slab to slab wire mesh with slab to T bar drywall partition
Meeting room is slab to slab drywall construction
Doors to be equipped with non-removable hinge pins

Protected "B"

Appendix D

E

Appendice E

LETTRE TYPE ENVOYÉE aux BÉNÉFICIAIRES DES FONDS de COMMANDITES

Kroll Lindquist Avey

17 août 2007

PRIVATE & CONFIDENTIAL

Attn:

Cher ,

A la suite du dépôt en février 2004 par la Vérificatrice générale du Canada de son rapport portant sur le programme des commandites et certaines activités publicitaires du gouvernement fédéral, la Commission d'enquête Gomery (ci-après nommée « la Commission ») a été créée par Décret du Conseil le 19 février 2004 en vue de faire la lumière sur cette affaire.

Les services de Kroll Lindquist Avey (ci-après nommé « Kroll ») ont été retenus par la Commission pour aider cette dernière à comprendre les circonstances dans lesquelles les ententes de commandite et/ou de publicité ont été négociées, avec qui, ainsi que pour établir le quantum des sommes effectivement reçues, de même que le rôle joué par les agences de communication concernées.

Selon les dossiers du gouvernement fédéral, votre organisme a bénéficié du programme dans le cadre des commandites énumérées au tableau ci-joint. Conséquemment, Kroll pourrait désirer vous rencontrer ainsi que d'autres représentants de l'organisme commandité pour discuter des événements commandités et recueillir tout document en votre possession, en format papier ou électronique, ayant trait aux dites commandites. Est requis tout document portant sur toute entente intervenue au sujet du paiement par vous d'une commission ou de tout autre déboursé dans le cadre des événements commandités ainsi que toute preuve de paiement y afférente. Dans l'intervalle, nous vous demandons de bien vouloir préserver et conserver ces documents en lieu sûr.

Kroll Lindquist Avey

Nous vous demandons également de compléter le questionnaire ci-joint et de nous le retourner dans l'enveloppe pré-adressée au plus tard le 30e septembre 2004. Veuillez noter qu'un questionnaire séparé doit être complété pour chaque événement commandité. La Commission vous remercie à l'avance de votre collaboration.

Si vous désirez obtenir des informations ou précisions additionnelles, nous vous prions de communiquer avec l'un ou l'autre des soussignés, soit par téléphone au numéro 1-866-387-4701 ou par courriel à gvadeboncoeur@krollworldwide.com.

Veuillez agréer l'expression de nos salutations distinguées.

KROLL LINDQUIST AVEY CO.

Per: Robert M. Macdonald, CA•IFA
Kroll Lindquist Avey
Investigator to the GCOI

Guillaume Vadeboncoeur, CA
Kroll Lindquist Avey
Investigator to the GCOI

c. Me Bernard A. Roy, C.R., procureur chef de la Commission

Requête concernant le Programme de commandites

Un questionnaire doit être rempli pour chaque commandite approuvée.

Veuillez fournir les renseignements suivants:

Nom de l'événement: _____

Nom de l'agence: _____

Lieu de l'événement: _____

Date de l'événement: _____

Personne-ressource:

Nom: _____

Adresse: _____
rue

_____
Ville, province, code postal

Téléphone: _____ Télécopieur: _____

Courriel: _____ Autre: _____

Veuillez donner une brève description de votre événement

À quel moment avez-vous appris l'existence du Programme?

Comment avez-vous présenté votre demande au Programme de commandites ? (ex. lettre, demande verbale, etc.)

Veuillez fournir les renseignements suivants concernant les montants de commandites reçus :

Montant total reçu: _____

Montants utilisés pour:

- *Commissions et autres dépenses encourues pour obtenir des fonds du Programme de commandites* _____
- *Autres utilisations* _____

_____ _____
Signature *Date*

Merci d'avoir bien voulu prendre le temps de répondre à ce questionnaire.

(English version on back)

F

Appendice F
NATURE des ÉVÉNEMENTS de COMMANDITES

L'annexe 4 donne une liste détaillée des événements pour chaque catégorie.

1.0
EXPOUR – 44,8 MILLIONS DE DOLLARS

Le Groupe Polygone – Éditeurs Inc. (« Groupe Polygone ») est spécialisé dans le domaine de l'édition et de la publication de magazines et de revues. Expour Inc. et Expour 2000 Inc. (toutes deux appelées « Expour ») travaillent dans l'organisation d'expositions. Ces deux entreprises, propriétés de Luc Lemay, ont reçu des fonds de commandites, principalement par le truchement de Groupaction.

Avec des contrats évalués à 44,87 millions de dollars, Luc Lemay, sous les noms Groupe Polygone et Expour, est le plus important bénéficiaire des contrats des PSC.

Le tableau suivant dresse un sommaire des montants correspondant aux contrats de commandites accordés à Expour, par événement :

Tableau 1 : Montants des contrats de commandites confiés à Expour, par événement (en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûtes de production/ honoraires professionnels	Total
Capsules radio	13,31	1,97	0,66	15,94
Salons	11,09	1,61	0,71	13,41
Magazines	3,91	0,56	0,97	5,44
Almanach du Peuple	1,97	0,28	0,65	2,90
Journal de Montréal et Journal de Québec	1,65	0,25	0,99	2,89
Soirées de films de pêches	1,75	0,24	-	1,99
Production et planification	-	-	1,75	1,75
Télévision communautaire	0,48	0,07	- -	0,55
Total	34,16 $	4,98 $	6,01 $	44,87 $

Tableau 1a - Montants des contrats de commandites par événement confiés à Expour

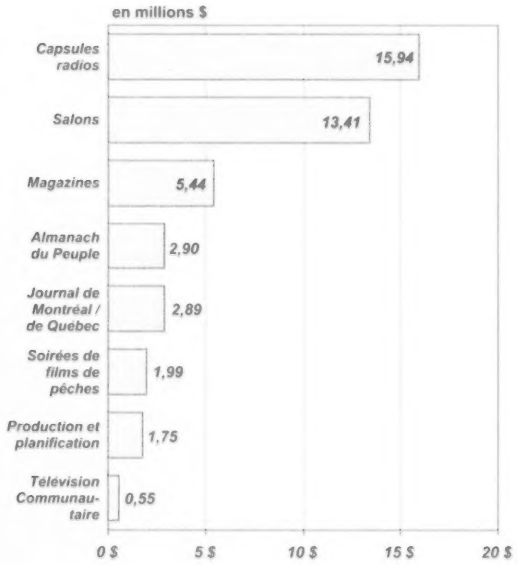
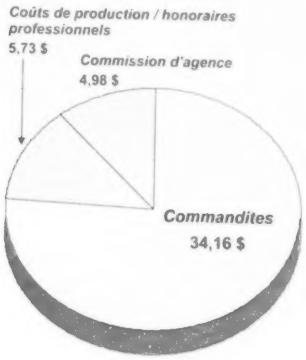


Tableau 1b - Montants des contrats de commandites confiés à Expour, par catégorie de dépenses (en millions $)



À ce jour, TPSGC n'a toujours pas réglé la somme de 2,86 millions de dollars correspondant à des contrats effectués dans le cadre des événements susmentionnés.

1.1 Capsules radiophoniques – 15,94 millions de dollars

Ce montant porte sur 17 événements qui se sont déroulés entre 1996-1997 et 2001-2002. Les contrats des PSC avaient pour objet de financer une série de messages radio donnant des conseils sur différents sujets, comme la chasse, la pêche et les activités de plein air, l'économie, la santé, l'environnement, l'agriculture et les aliments, la sécurité et le logement. De plus, deux des campagnes étaient reliées à des bulletins météo et à des bulletins de circulation. À la fin de chaque message, il devait être fait mention du « Gouvernement du Canada ». Les messages radio ont été diffusés par quelque 80 stations radiophoniques dans les régions rurales du Québec.

La dimension commandites de ces contrats a été payée au Groupe Polygone. De plus, l'élément production des contrats a été presque entièrement payé au Groupe Polygone qui était chargé de la rédaction, de la production et de la diffusion des messages.

L'annexe H donne une idée des textes de ces capsules radiophoniques commanditées par le gouvernement du Canada.

À ce jour, TPSGC n'a toujours pas réglé la somme de 2,06 millions de dollars pour des contrats relatifs aux capsules radiophoniques.

1.2 Salons – 13,41 millions de dollars

Cette somme porte sur 31 événements qui se sont déroulés de 1996-1997 à 2001-2002. L'objet déclaré de ces événements était de financer des salons ou des expositions de pêche, de chasse et d'activités de plein air, de même que quelques expositions ou salons touchant à l'agriculture et aux Premières nations.

Les premiers contrats émis au Groupe Everest en 1997 concernaient des salons qui se sont déroulés à Montréal (1997 et 1998) et à Québec (1998). La dimension commandites de ces contrats représentait 1,95 million de dollars. En avril 1998, Groupaction est devenue l'agence de communication responsable de tous les salons. L'élément commandites des contrats confiés à Groupaction a alors atteint 11,47 millions de dollars.

Le gouvernement du Canada a bénéficié d'une certaine visibilité grâce à ces événements, sous la forme de banderoles, de panneaux et d'affiches, de la présence du mot-symbole *Canada* dans les publicités imprimées et de la mention « Gouvernement du Canada » dans les publicités radiophoniques.

Les paiements au titre des commandites ont été effectués à Expour. C'est Expour qui a été reçu l'essentiel des budgets de production rattachés à ces événements, puisque c'est cette firme qui s'est chargée d'en promouvoir la plupart, mais pas la totalité.

En 1999-2000, deux événements ont été annulés. Expour, qui avait déjà reçu la totalité des fonds de commandites, n'a effectué aucun remboursement à TPSGC. En revanche, Expour a assuré la visibilité du gouvernement du Canada dans des expositions et des salons régionaux de moindre envergure, à l'occasion d'un des deux événement, au moins, qui ont été annulés.

TPSGC n'a toujours pas réglé 805 000 $ sur des contrats concernant des salons tenus en 2001-2002.

En 2002-2003, certains salons ont reçu confirmation du versement de fonds au titre du programme de commandites, mais pour des sommes inférieures à celles des années antérieures. Ces « commandites » confirmées ont été annulées en juillet 2002 par Communications Canada et aucune somme n'a été versée à Expour pour ces salons en 2002-2003.

1.3 Magazines – 5,44 millions de dollars

Cette somme concerne six événements qui se sont déroulés entre 1997-1998 et 1999-2000. Ils avaient pour objet déclaré de conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada dans les magazines publiées ou administrées par le Groupe Polygone. Cette visibilité prenait la forme de publicités et d'articles parus dans 11 magazines et publications.

Les paiements au titre des commandites ont été faits au Groupe Polygone. En outre, les budgets de production prévus pour ces événements ont été en grande partie versés au Groupe Polygone qui assurait la rédaction, la production et la publication de ces magazines.

L'appendice I donne des exemples de publicités et d'articles commandités par le gouvernement du Canada et publiés par le Groupe Polygone.

1.4 Almanach du Peuple – 2,90 millions de dollars

Cette somme concerne cinq événements qui se sont déroulés entre 1997-1998 et 2001-2002. Officiellement, ils avaient pour objet de conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada dans l'*Almanach du Peuple*, publication annuelle éditée et produite par le Groupe Polygone. Cette visibilité était apparente dans plus de 100 pages de l'almanach entièrement consacrée au gouvernement du Canada, notamment sous la forme d'une liste des ministres fédéraux et des chefs des partis nationaux et d'autres informations concernant le gouvernement fédéral.

Les paiements au titre des commandites ont été faits au Groupe Polygone. En outre, l'essentiel des budgets de production prévus pour ces événements a été en grande partie versé au Groupe Polygone qui assurait l'édition, la production et la publication de l'almanach.

L'appendice J donne des exemples de produits que le gouvernement du Canada a commandités pour promouvoir son image.

1.5 Journal de Montréal / de Québec – 2,89 millions de dollars

Cette somme concerne un événement qui s'est déroulé en 1998-1999. Il était destiné à conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada par le biais d'une série d'encarts publiés dans le Journal de Montréal et dans le Journal de Québec. Des encarts d'information ont également été produits pour paraître dans *Le monde de la Formule 1*, *Les oiseaux du Canada* et *Les mammifères du Canada*.

Les paiements au titre des commandites ont été effectués au Groupe Polygone. De plus, les budgets de production établis pour ces encarts ont été en grande partie payés au Groupe Polygone qui se chargeait de la rédaction, de la production et de la publication des encarts.

L'appendice K donne des exemples d'encarts commandités par le gouvernement du Canada.

1.6 Soirées de films de pêche – 1,99 million de dollars

Cette somme concerne trois événements qui se sont déroulés entre 1997-1998 et 2000-2001. Ils avaient officiellement pour objet de financer des rassemblements, dans les régions rurales du Québec et dans quelques villes du Nouveau-Brunswick, à l'occasion desquels étaient projetés des films sur la pêche et la chasse à un public payant. Le gouvernement du Canada a obtenu une certaine visibilité en ces occasions grâce à des banderoles, à des panneaux et à des affiches, à l'apposition du mot-symbole *Canada* dans les publicités imprimées et à la mention « Gouvernement du Canada » dans les publicités radiophoniques.

Les paiements au titre des commandites ont été effectués au Groupe Polygone. Aucun budget n'a été prévu pour la production de ces événements, à l'exception des sommes payées en vertu de contrats généraux de « production et planification », décrits à la partie 1.7 du rapport.

1.7 Production et planification – 1,75 million de dollars

Cette somme porte sur deux contrats réalisés entre 1999-2000 et 2000-2001. Il était question de financer les coûts de production de publicités radiophoniques, de banderoles, de panneaux et d'autres supports, pour les autres événements associés aux activités de Groupe Polygone et d'Expour, événements décrits aux parties 1.2 à 1.4 et 1.6 du rapport.

Sur la somme de 1,75 million de dollars payée par TPSGC, Groupe Polygone a reçu 977 350 $ et Expour 430 150 $, pour un total de 1,4 million de dollars.

La partie 5.3 du présent rapport donne une analyse financière détaillée des fonds reçus par Groupe Polygone et Expour, ainsi que des coûts assumés par ces deux firmes et des bénéfices qu'elles ont réalisés grâce au fonds des commandites.

2.0
SPORT AMATEUR – 42,07 MILLIONS DE DOLLARS

Le tableau ci-dessous dresse un sommaire des contrats ayant fait l'objet de paiements, d'après notre examen des marchés octroyés dans le cadre des programmes spéciaux et de commandites administrés par des agences pour Sport amateur :

Tableau 2 : Contrats des PSC gérés par les agences – Sport amateur
(en millions $)

Événement	Placement média	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Jeux amateurs	0,55	11,12	1,66	4,30	17,63
Jeux de la Francophonie	-	3,60	0,54	2,39	6,53
Ski	-	3,18	0,46	1,33	4,97
Hockey	-	2,28	0,33	0,87	3,48
Concours hippiques	-	1,40	0,20	0,70	2,30
Tennis	-	1,31	0,20	0,37	1,88
Courses automobiles	-	1,10	0,16	0,52	1,78
Patinage	-	0,97	0,14	0,04	1,15
Autres	-	1,80	0,26	0,29	2,35
Total	0,55 $	26,76 $	3,95 $	10,81 $	42,07 $

Tableau 2a - Contrats des PSC gérés par les agences - Sport amateur

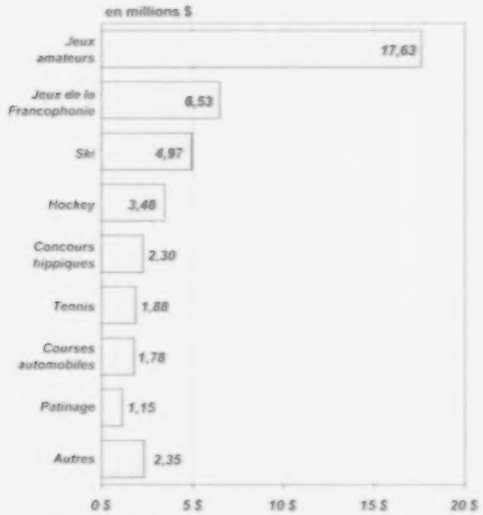
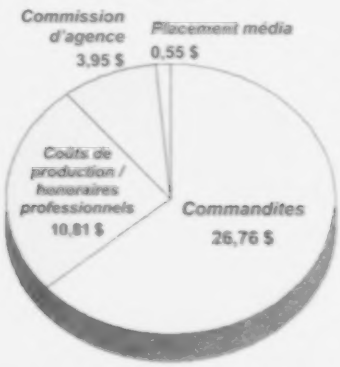


Tableau 2b - Contrats des PSC gérés par les agences - Sport amateur
(en millions $)



2.1 Jeux amateurs – 17,63 millions de dollars

Les 17,63 millions de dollars de commandites mentionnés ci-dessus, qui étaient destinés aux jeux amateurs, ont financé 210 contrats. L'annexe 4 donne les détails de ces divers contrats.

Nous avons constaté que ces événements, classés sous l'appellation sport amateur, englobent un large éventail d'activités sportives qui se sont déroulées dans de nombreuses collectivités au Canada. Ils ont bénéficié de fonds de commandites allant de quelques milliers de dollars, pour les plus modestes, à plusieurs millions de dollars pour les plus gros.

Ainsi, au cours de l'exercice financier 1997-1998, 2,3 millions de dollars ont été dépensés en coûts de production pour les Jeux panaméricains; les Jeux du Canada à Brandon (Manitoba) ont bénéficié de 937 710 $; les Jeux du Québec ont reçu 1,2 million de dollars et, pour l'exercice 1998-1999, les Jeux du Canada à Cornerbrook ont reçu 1,53 millions de dollars.

À noter que les Jeux panaméricains se sont déroulés à Winnipeg en juillet et en août 1999. Pour cet événement, la DGSCC a émis un contrat de commandites de 2,3 millions de dollars qui a été administré par Compass Communication. Une tranche de 634 000 $ de commandites directes a été accordée aux Jeux panaméricains et 76 080 $ ont été prélevés en commission par l'agence. Le restant du budget (1,6 million de dollars) était constitué par des coûts de production associés aux diverses activités, dont :

a) un programme de soutien des bénévoles – fourniture de chemises à tous les bénévoles participants;

b) des sacs pour les athlètes – fourniture de sacs à dos à tous les athlètes participants;

c) le Pavillon de la Place Canada – pavillon situé à The Forks qui a été l'élément central des activités quotidiennes des Jeux panaméricains et dans lequel était présentée la vie de Canadiens grâce à toute une diversité de médias d'exposition, traditionnels et non traditionnels.

L'annexe 4 fournit les références de contrats correspondant aux autres événements inclus dans la catégorie sport amateur.

2.2 Jeux de la Francophonie – 6,53 millions de dollars

Notre examen des contrats de PSC concernant les Jeux de la Francophonie a révélé que TPSGC avait octroyé 10 contrats pour une valeur totale de 6,53 millions de dollars. L'annexe 4 donne le détail des différents contrats. Les Jeux de la Francophonie se sont déroulés à Ottawa-Hull du 14 au 24 Juillet 2001 et près de 2 300 athlètes y ont participé. Un protocole d'entente donne la liste des 33 initiatives visant à conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada, de différentes façons, pour sa commandite de l'événement dans la région d'Ottawa-Hull.

Le gouvernement du Canada a fourni un soutien additionnel aux Jeux de la francophonie et au Mondiaux d'athlétisme sous la forme de publicités placées par TPSGC dans le cadre de contrats d'une valeur de 1,66 millions de dollars confiés à Compass.

3.0 SPORT PROFESSIONNEL – 39,36 MILLIONS DE DOLLARS

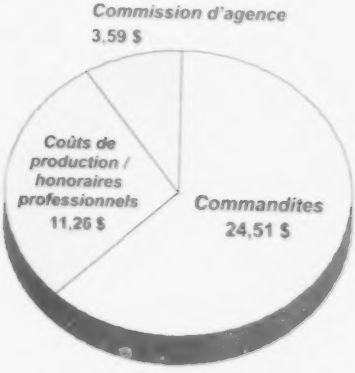
Le tableau ci-dessous dresse un sommaire des contrats ayant fait l'objet de paiements, d'après notre examen des marchés octroyés entre 1996 et 2003 dans le cadre des programmes spéciaux et de commandites administrés par des agences pour financer les équipes de sport professionnel :

Tableau 3 : Contrats des PSC gérés par les agences – Sport professionnel (en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Courses automobiles	8,38	1,23	4,07	13,68
Hockey	6,03	0,88	3,57	10,48
Baseball	4,80	0,70	2,38	7,88
Football	3,55	0,53	1,02	5,10
Soccer	1,07	0,15	0,10	1,32
Autres	0,68	0,10	0,12	0,90
Total	24,51 $	3,59 $	11,26 $	39,36 $

Tableau 3a - Contrats des PSC gérés par les agences - Sport professionnel

Tableau 3b - Contrats des PSC gérés par les agences - Sport professionnel (en millions $)



3.1 Courses automobiles – 13,68 millions de dollars

Les événements mentionnés ci-dessous ont reçu en tout 13,68 millions de dollars :

Tableau 4 : Contrats des PSC gérés par les agences – Courses automobiles (en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Grand Prix du Canada	3,69	0,55	1,17	5,41
Molson Indy - Toronto	1,55	0,22	0,82	2,59
Molson Indy - Vancouver	1,29	0,19	0,88	2,36
CASCAR	1,00	0,14	0,59	1,73
Grand Prix de Trois-Rivières	0,71	0,11	0,51	1,33
Autres	0,14	0,02	0,10	0,26
Total	8,38 $	1,23 $	4,07 $	13,68 $

Tableau 4a - Contrats des PSC gérés par les agences - Courses automobiles

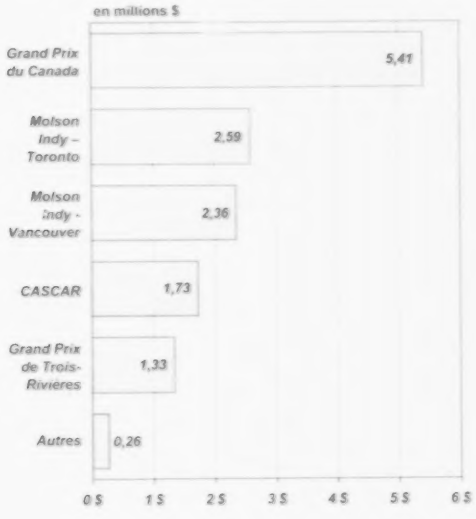
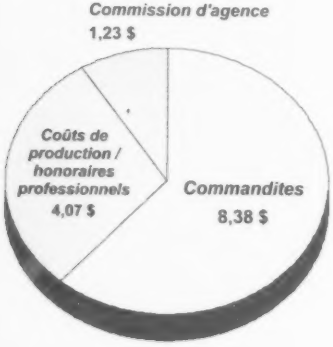


Tableau 4b - Contrats des PSC gérés par les agences - Courses automobiles (en millions $)



3.2 Grand Prix du Canada – 5,41 millions de dollars

Le Grand Prix du Canada, événement annuel de course automobile qui se déroule à Montréal, a fait l'objet de 13 contrats. L'annexe 4 en donne la liste. Les agences de communication concernées par cet événement étaient Lafleur, Groupaction et Armada.

Les documents et les entretiens que nous avons eus avec des représentants du Grand Prix du Canada indiquent qu'en contre-partie des fonds de commandites, le gouvernement du Canada a bénéficié d'une visibilité sous la forme de banderoles et de panneaux, d'une incrustation du mot-symbole *Canada* sur les écrans de télévision en circuit fermé et de publicités parues dans le programme officiel de la course. La GRC était également présente sur le circuit en 1998, année de son 125e anniversaire, avec son carrousel.

3.3 Molson Indy – Toronto et Vancouver – 4,95 millions de dollars

Molson Indy a fait l'objet de contrats pour les courses de Toronto et de Vancouver. L'annexe 4 donne la liste des contrats en question. Les agences de communication concernées par ces événements étaient Lafleur, Groupaction/Gosselin et Armada.

À l'instar du Grand Prix du Canada, en contre-partie des fonds de commandites, le gouvernement du Canada a bénéficié d'une certaine visibilité sous la forme de banderoles et de panneaux sur place ainsi que de publicités parues dans le programme officiel des courses.

3.4 Hockey – 10,48 millions de dollars

Les équipes et les ligues de sport professionnel ont reçu 10,48 millions de dollars qui se répartissent ainsi :

Tableau 5 : Contrats des PSC gérés par les agences – Hockey
(en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Canadiens de Montréal	2,25	0,33	1,54	4,12
LNH	2,79	0,42	0,43	3,64
Sénateurs d'Ottawa	0,77	0,10	1,06	1,93
Rafales de Québec	0,20	0,03	0,36	0,59
Autres	0,02	-	0,18	0,20
Total	6,03 $	0,88 $	3,57 $	10,48 $

Tableau 5a - Contrats des PSC gérés par les agences - Hockey

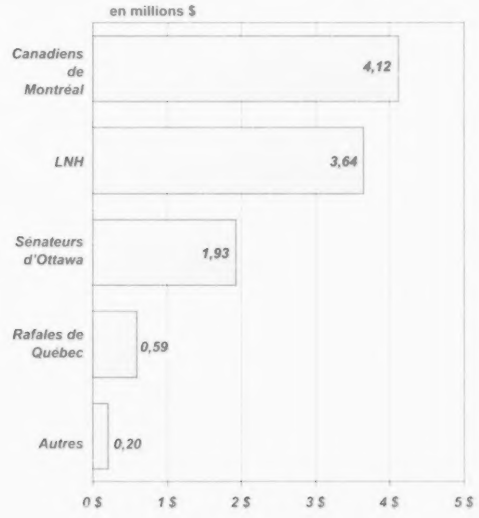
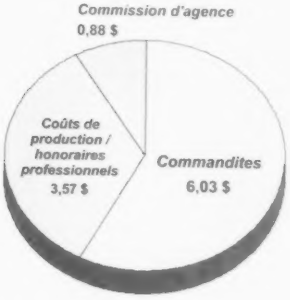


Tableau 5b - Contrats des PSC gérés par les agences - Hockey
(en millions $)



3.5 Canadiens de Montréal – 4,12 millions de dollars

Les 4,12 millions de dollars versés aux Canadiens de Montréal ont transité par 11 contrats. L'annexe 4 donne la liste des contrats en question. Comme on peut le remarquer à l'annexe 4, cinq de ces contrats totalisaient 2,8 millions de dollars, pour Lafleur Communication, et concernaient les années financières 1995-1996 à 1998-1999. À l'analyse des documents, il ressort que la visibilité du gouvernement du Canada, en 1997-1998, a pris la forme de publicités dans le Journal de Montréal et d'articles promotionnels comme des t-shirts.

3.6 LNH – 3.64 millions de dollars

Les 3,64 millions de dollars relevés ci-dessus dans le cas de la LNH ont été distribués par le biais de sept contrats. L'annexe 4 en donne la liste.

À noter que trois de ces contrats, portant sur les saisons 1999-2000, 2000-2001 et 2001-2002 de la LNH, ont permis d'acheminer des fonds de commandites de 900 000 $, de 905 000 $ et 905 000 $ respectivement à chacune des six équipes canadiennes de la LNH.

D'après les documents examinés pour les contrats de 1999-2000 et de 2000-2001, chacune des six équipes canadiennes de la LNH a affiché de différentes façons le mot-symbole *Canada* dans les arénas de hockey, durant les saisons de la LNH.

3.7 Base-ball – 7,88 millions de dollars

Les équipes de sport professionnel ont reçu 7,88 millions de dollars répartis ainsi :

Tableau 6 : Contrats des PSC gérés par les agences – Base-ball
(en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Expos de Montréal	3,33	0,48	2,26	6,07
Blue Jays de Toronto	1,20	0,18	0,04	1,42
Autres	0,28	0,03	0,08	0,39
Total	4,81 $	0,69 $	2,38 $	7,88 $

Tableau 6a - Contrats des PSC gérés par les agences - Baseball

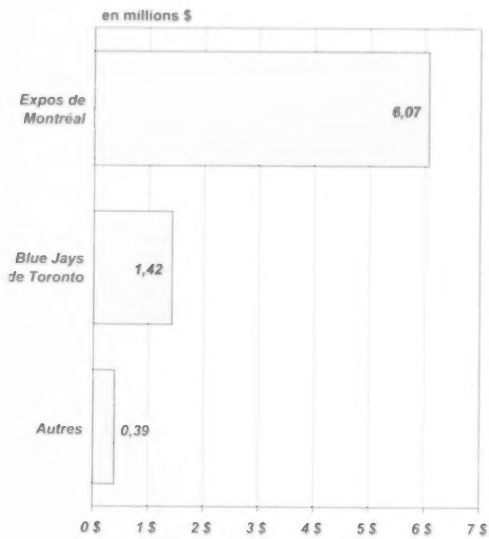
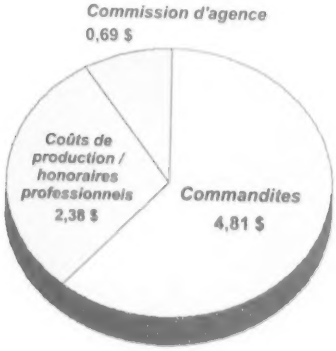


Tableau 6b - Contrats des PSC gérés par les agences - Baseball
(en millions $)



Les 6,07 millions de dollars en fonds de commandites indiqués ci-dessus pour les Expos de Montréal ont été canalisés par le truchement de 13 contrats. L'annexe 4 en donne la liste.

3.8 Football – 5,1 millions de dollars

Les équipes et la ligue de sport professionnel ont reçu 5,1 millions de dollars répartis ainsi :

Tableau 7 : Contrats des PSC gérés par les agences – Football
(en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
LCF	3,30	0,49	0,34	4,13
Alouettes de Montréal	0,25	0,04	0,41	0,70
Rough Riders d'Ottawa	—	—	0,27	0,27
Total	3,55 $	0,53 $	1,02 $	5,10 $

3.7 Base-ball : 7,88 millions de dollars

Les équipes de sport professionnel ont reçu 7,88 millions de dollars répartis ainsi :

Tableau 6 : Contrats des PSC gérés par les agences – Base-Ball
(en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Expos de Montréal	3,33	0,48	2,26	6,07
Blue Jays de Toronto	1,20	0,18	0,04	1,42
Autres	0,28	0,03	0,08	0,39
Total	4,81 $	0,69 $	2,38 $	7,88 $

Tableau 6a - Contrats des PSC gérés par les agences - Baseball

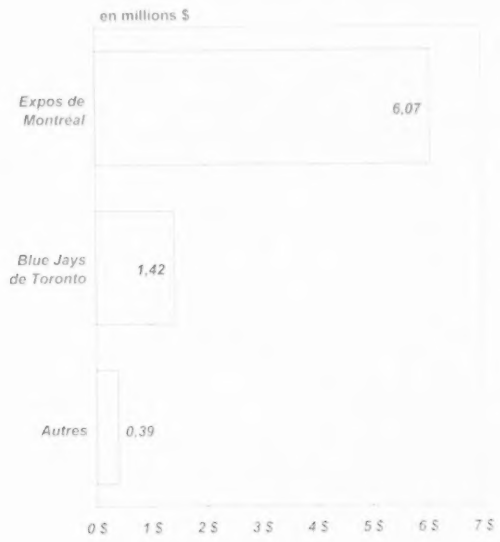


Tableau 6b - Contrats des PSC gérés par les agences - Baseball
(en millions $)

Les 6,07 millions de dollars en fonds de commandites indiqués ci-dessus pour les Expos de Montréal ont été canalisés par le truchement de 13 contrats. L'annexe 4 en donne la liste.

4.8 Football – 5,1 millions de dollars

Les équipes et la ligue de sport professionnel ont reçu 5,1 millions de dollars répartis ainsi :

Tableau 7 : Contrats des PSC gérés par les agences – Football
(en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
LCF	3,30	0,49	0,34	4,13
Alouettes de Montréal	0,25	0,04	0,41	0,70
Rough Riders d'Ottawa	—	—	0,27	0,27
Total	3,55 $	0,53 $	1,02 $	5,10 $

Tableau 7a - Contrats des PSC gérés par les agences - Football

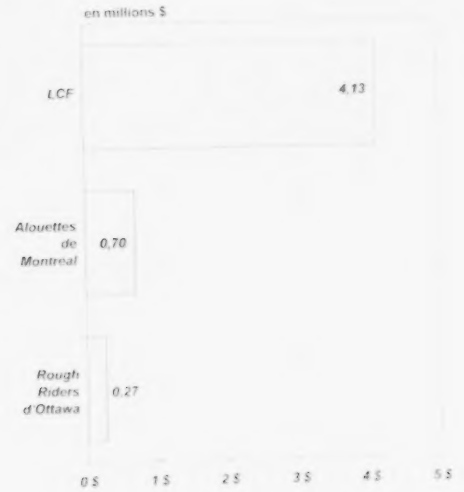


Tableau 7b - Contrats des PSC gérés par les agences - Football
(en millions)

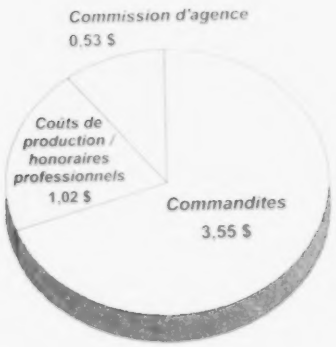


Tableau 7a - Contrats des PSC gérés par les agences - Football

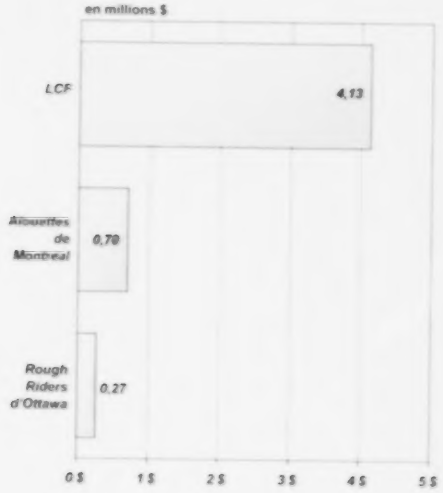
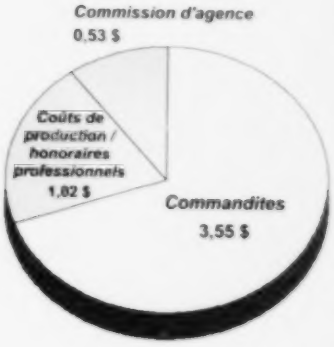


Tableau 7b - Contrats des PSC gérés par les agences - Football
(en millions)



3.9 LCF – 4,13 millions de dollars

Les 4,13 millions de dollars en fonds de commandites mentionnés ci-dessus ont été canalisés vers la LCF par le biais de 12 contrats. L'annexe 4 donne les détails des contrats en question.

Voici comment le mot-symbole *Canada* a été exposé dans le cadre des trois contrats de 950 000 $ chacun passé pour les saisons 1999, 2000 et 2001 et totalisant 2,85 millions de dollars :

- Saison régulière – autocollants apposés sur les casques de toutes les équipes.
- Matches hors-série – autocollants apposés sur les casques, deux gabarits couleurs peints sur les pelouses et quatre panneaux sur les lignes de touche.

4.0 PUBLICITÉ

En tout, 29,18 millions de dollars des contrats de programmes spéciaux et de commandites ont été destinés à la publicité. Le travail a été réalisé par 13 agences et a porté sur divers projets.

Tableau 8 : Contrats de publicité gérés par les agences, par événement (en millions $)

Événement	Placement média	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Campagne de publicité 1995-96	6,17	0,03	1,09	3,63	10,92
Jeux olympiques de Nagano	4,20	-	-	1,75	5,95
Budget de 1999	3,40	-	0,60	0,35	4,35
Programme d'information par les journaux communautaires	2,32	-	0,41	0,87	3,60
Revue FORCE		0,70	0,11	0,06	0,87
Tempête de verglas de 1998	0,08	-	0,01	0,03	0,12
Autres	1,05	1,51	0,31	0,50	3,37
Total	17,22 $	2,24 $	2,53 $	7,19 $	29,18 $

Tableau 8a - Contrats de publicité gérés par les agences, par événement

Tableau 8b - Contrats de publicité gérés par les agences, par événement (en millions $)

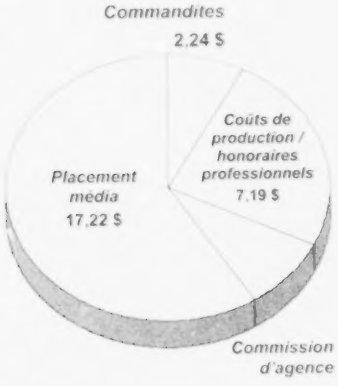


Tableau 8a - Contrats de publicité gérés par les agences, par événement

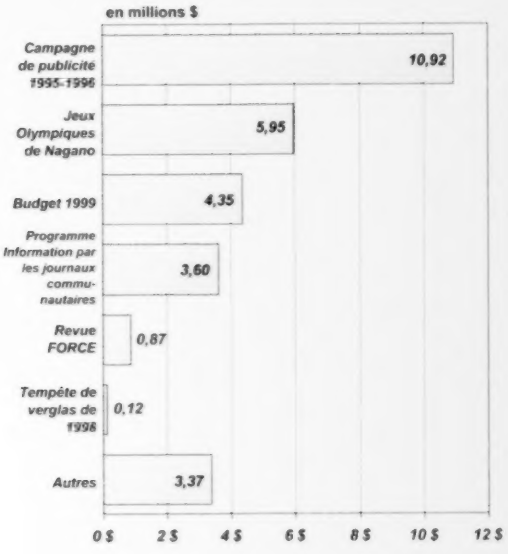
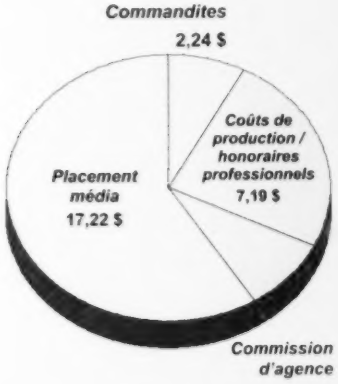


Tableau 8b - Contrats de publicité gérés par les agences, par événement (en millions $)



4.1 Publicité 1995-1996 – 10,92 millions de dollars

Il s'agit ici d'un ensemble de 17 contrats confiés à six agences. Nous n'avons trouvé que peu d'informations dans les dossiers de TPSGC à ce sujet, à l'exception des contrats eux-mêmes. Ces derniers portaient sur l'achat d'espaces publicitaires en extérieur pour la promotion des programmes du gouvernement, sur des campagnes de publicités imprimées, sur la production et la coordination de messages pour les campagnes publicitaires et sur l'achat d'espaces publicitaires et de temps d'antenne.

4.2 Jeux olympiques de Nagano – 5,95 millions de dollars

Groupaction a été retenu à titre d'agence de publicité responsable de la création, de l'exécution et du placement des vignettes télévisées pour le compte du gouvernement du Canada. Le budget de production visé par les contrats était de 1,75 million de dollars. Les vignettes devaient présenter les diverses phases de la préparation en vue des Jeux de Nagano. La CBC/SRC, diffuseur hôte des Jeux olympiques, a été partenaire de cette entreprise. Le budget de placement média était de 4,2 millions de dollars. L'initiative avait pour objet de sensibiliser les équipes olympiques et paralympiques canadiennes et d'accroître l'auditoire des jeux.

4.3 Budget de 1999 – 4,35 millions de dollars

Vickers and Benson a reçu un contrat de 350 000 $ pour préparer et distribuer des publicités concernant le gouvernement du Canada dans le cadre du budget de 1999. Le placement média, qui s'est élevé à 4 millions de dollars, a été confié à Média / I.D.A. Vision.

4.4 Programme d'information par les journaux communautaires –3,60 millions de dollars

Il s'agit d'une série de trois messages publicitaires placés dans des journaux locaux en 1998-1999. Le travail de production effectué dans le cadre de ce programme, d'un montant de 865 574 $, a été réalisé par Groupaction par le biais de quatre contrats, comme le présente l'annexe 4.

Les publicités du programme d'information par les journaux communautaires étaient destinées à faire la promotion de trois initiatives : les jeunes et l'apprentissage, les modes de vie sains et l'an 2000. Les publicités en question, placées dans les journaux locaux et régionaux, dans tout le Canada, et comportaient toutes le même numéro de téléphone « 1-800-O-Canada ».

Développement des ressources humaines Canada a transféré 1,3 million de dollars à TPSGC pour couvrir les coûts de la première publicité. Le financement pour la deuxième, à hauteur de 1 million de dollars, a été transféré de Santé Canada à TPSGC. La troisième série de publicités a été financée grâce à un transfert de 1,4 million de dollars venant d'Industrie Canada.

5.0
ATTRACTIONS CANADA – 25,61 MILLIONS DE DOLLARS

Voici ce qu'on peut lire dans la note d'information de TPSGC du 9 avril 2002 :

> « Attractions Canada, programme d'information créé en avril 1997, est destiné à mieux faire connaître les lieux d'intérêt au Canada (parcs naturels, sites historiques, événements culturels, etc.). Les activités d'Attractions Canada correspondent aux types d'activités du programme de commandites.
>
> « Attractions Canada » est une marque déposée que détient le gouvernement du Canada par l'intermédiaire du BIC (Bureau d'information du Canada) (#0909219 du 19 février 1997).

En outre, on peut lire dans un document du Bureau d'information du Canada daté de juin 1997 :

> « La création du BIC a été annoncée le 9 juillet 1996 par le premier ministre du Canada. Le BIC relève du ministre du Patrimoine canadien et travaille en étroite relation avec le ministre des Affaires intergouvernementales. Il convient ici de remarquer que le BIC n'est ni un ministère, ni un organisme central, mais une organisation hybride mise sur pied pour assumer un mandat unique et différent, bien que complémentaire, de celui des autres organisations fédérales.

> Le BIC est dirigé par un directeur général, Roger Collet, qui a été nommé par décret...
>
> Le BIC a reçu pour mandat :
>
> de renseigner les Canadiens au sujet de leur pays, des autres Canadiens, de la modernisation de la Fédération et du rôle du gouvernement du Canada pour répondre aux besoins de la population par le biais de ses programmes et services. »

Attractions Canada a eu recours à divers médias et événements pour promouvoir le Canada, notamment à un site Internet destiné à des publicités à la télévision, à la radio, dans les journaux et sur des babillards, à des galas, à des articles promotionnels, à des concours et à la commandite de divers événements.

L'annexe 4 ci-jointe donne la liste des 13 contrats des PSP émis dans le cadre de l'initiative Attractions Canada. Au cours de l'exercice financier 2002-2003, 2,25 millions de dollars supplémentaires ont été consacrés aux publicités d'Attractions Canada et ont été financées par le budget de publicités du BIC. Le financement du BIC provenait de la Réserve pour l'unité.

Il s'agissait d'un programme pluriannuel qui, entre 1997 et 2001, a donné lieu à des dépenses d'au moins 8,1 millions de dollars en placements médias pour promouvoir les « lieux d'intérêt » au Canada. Une tranche additionnelle de 12,3 millions de dollars a été versée pour couvrir les coûts de production présentés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 9 : Attractions Canada – Ventilation des coûts de production[1]
(en milliers de $)

Description	Coûts internes[2]			Total des coûts internes	Total des coûts externes	Coûts totaux
	Honoraires professionnels	Commission d'agence	Coûts de production			
Production relative aux médias	383,5	334,5	554,9	1 273,0	1 413,9	2 686,8 $
Frais fixes – « Structure permanente »	1 150,0	-	-	1 150,0	-	1 150,0
Galas	303,2	36,7	95,2	435,1	318,1	753,3
Site Internet	0,4	62,3	258,8	321,5	137,3	458,8
Serdy Vidéo « Le goût de Chez Nous »	60,2	141,2	-	201,4	800,0	1 001,4
Événements du millénaire	197,4	-	-	197,4	-	197,4
Concours	105,5	38,0	2,1	145,6	360,9	506,5
Articles promotionnels	0,2	31,8	18,2	50,2	162,2	212,4
Logo	44,2	0,2	1,2	45,5	-	45,5
Autres factures	1 170,8	218,4	950,7	2 339,9	2 979,1	5 319,0
Total	3 415,3 $	863,2 $	1 881,1 $	6 159,6 $	6 171,5 $	12 331,2 $

6.0
FOIRES, FESTIVALS ET CÉLÉBRATIONS – 22,79 MILLIONS DE DOLLARS

Le tableau ci-dessous dresse un sommaire des contrats ayant fait l'objet de paiements, d'après l'examen des marchés accordés dans le cadre des programmes spéciaux et de commandites administrés par des agences pour des foires, des festivals et des célébrations :

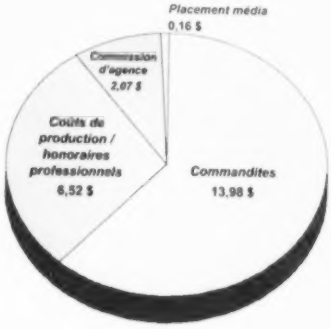
Table 10 : Contrats des PSC gérés par les agences - Foires, festivals et célébrations
(en millions $)

Événement	Placement média	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Foires, festivals et célébrations					
Total	0,16 $	13,98 $	2,07 $	6,54 $	22,75 $

1 Source : Factures disponibles des compagnies de Groupe Everest et du fournisseur.

2 Frais facturés par l'une des compagnies de Groupe Everest, ou sous-traités à l'une de ses compagnies. Nous n'avons relevé aucune tierce partie ayant travaillé comme sous-traitant

Tableau 10a - Contrats des PSC gérés par les agences - Foires, festivals et célébrations (en millions $)



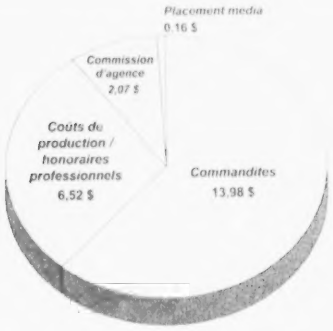
Tout comme dans le cas des sports amateurs, nous avons constaté que les 1 110 événements, que nous avons rangés dans la catégorie des foires, festivals et célébrations, couvrent tout un éventail d'activités et d'événements qui se sont déroulés dans diverses collectivités au Canada. Les fonds fournis par le gouvernement du Canada pour ces événements allaient de quelques milliers à plusieurs centaines de milliers de dollars.

En contrepartie des sommes dirigées vers ces événements, le gouvernement du Canada a bénéficié d'une exposition variée du mot-symbole *Canada*.

7.0
SOCIÉTÉS D'ÉTAT – 10,29 MILLIONS DE DOLLARS

Le tableau ci-dessous présente les versements effectués entre 1994 et 2003 aux sociétés d'État, d'après notre examen des contrats de programmes spéciaux et de commandites administrés par des agences dans le cas des sociétés d'État :

Tableau 10a - Contrats des PSC gérés par les agences -
Foires, festivals et célébrations (en millions $)



Tout comme dans le cas des sports amateurs, nous avons constaté que les 1 110 événements, que nous avons rangés dans la catégorie des foires, festivals et célébrations, couvrent tout un éventail d'activités et d'événements qui se sont déroulés dans diverses collectivités au Canada. Les fonds fournis par le gouvernement du Canada pour ces événements allaient de quelques milliers à plusieurs centaines de milliers de dollars.

En contrepartie des sommes dirigées vers ces événements, le gouvernement du Canada a bénéficié d'une exposition variée du mot-symbole *Canada*.

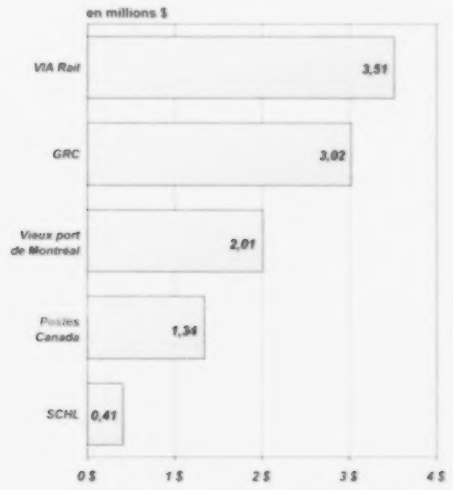
7.0
SOCIÉTÉS D'ÉTAT – 10,29 MILLIONS DE DOLLARS

Le tableau ci-dessous présente les versements effectués entre 1994 et 2003 aux sociétés d'État, d'après notre examen des contrats de programmes spéciaux et de commandites administrés par des agences dans le cas des sociétés d'État :

Tableau 11 : Contrats des PSC gérés par les agences – Sociétés et organismes d'État
(en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
VIA Rail	0,81	0,11	2,59	3,51
GRC	1,70	0,24	1,08	3,02
Vieux port de Montréal	1,50	0,23	0,28	2,01
Postes Canada	0,83	0,11	0,41	1,34
SCHL	—	—	0,41	0,41
Total	4,84 $	0,69 $	4,76 $	10,29 $

Tableau 11a - Contrats des PSC gérés par les agences - sociétés d'État



Les fonds versés à Via Rail concernaient principalement des produits de positionnement, comme des publicités parues dans Via Magazine et d'autres types de promotions à bord des trains. En 2000, quand le magazine a disparu, 174 000 $ ont été consacrés à des affichages sur les panneaux de Via Rail. Quant aux fonds versés à la GRC, ils ont surtout servi aux célébrations du 125e anniversaire de la Gendarmerie, au quartier général et dans les divisions du Québec.

Tableau 11b - Contrats des PSC gérés par les agences - sociétés d'État et agences fédérales (en millions $)

L'annexe 4 donne la liste de ces contrats pour chacune des sociétés d'État susmentionnées.

8.0
ARTICLES PROMOTIONNELS – 9,29 MILLIONS DE DOLLARS

D'après notre examen des contrats de programmes spéciaux et de commandites concernant les articles promotionnels, 18 contrats ont été octroyés pour une valeur totale de 9,29 millions de dollars.

Divers articles, le plus souvent portant le mot-symbole *Canada*, ont été achetés par les agences de communication au nom de TPSGC en vertu des contrats concernant les articles promotionnels. Parmi ces articles, on retrouve des chemises, des montres, des boîtes de drapeaux, des pinces à billets de banque, des parapluies et des balles de golf. Ces articles n'ont pas forcément été achetés afin de répondre à un besoin particulier, mais plutôt pour constituer des stocks en vue d'un usage ultérieur dans le cadre d'événements de commandites ou autres.

9.0
SÉRIE CHINE – 8,85 MILLIONS DE DOLLARS

Notre examen des contrats des PSC dans le cas de la série Chine – d'un océan à l'autre – nous a permis de constater que cinq contrats de TPSGC, débutant en juillet 1996 et se terminant en avril 1999 ont été accordés pour un total de 8,85 millions de dollars. En outre, notre examen a révélé que sept autres contrats ont été financés par d'autres ministères fédéraux, pour une valeur de 850 000 $, et qu'une entente a été financée par Formation aérospatiale Canada internationale à hauteur de 0,28 million de dollars.

La pièce P-415, page 2, donne davantage de précisions sur les contrats et indique la valeur totale pour les contrats connus dans le cadre de la série Chine, soit 9,98 millions de dollars.

La série Chine comprenait 26 épisodes d'une demi-heure qui devaient être diffusées à différentes heures sur la chaîne de télévision centrale chinoise (CCTV). Il était question, à partir d'un voyage d'un océan à l'autre au Canada, d'enseigner l'anglais aux Chinois, l'auditoire étant évalué à plus de 60 millions de téléspectateurs. Les emplacements sélectionnés permettaient de faire ressortir la technologie, l'infrastructure et la culture du Canada. L'hôte de tous les épisodes était Mark Rosewell, connu en Chine sous le nom de « Dashan », vedette de la télévision chinoise. Cette série a été prolongée par la distribution d'un livret en langue anglaise produit à un million d'exemplaires.

10.0
SERVICES À TPSGC – 3,2 MILLIONS DE DOLLARS

Les contrats inclus dans cette catégorie semblent concerner les agences qui ont réalisé du travail n'ayant pas de liens directs avec l'événement. L'annexe 4 du présent rapport donne de plus amples détails sur les contrats dans chacun de ces groupes.

10.1 Planification stratégique – 1,85 million de dollars

Ce groupe comprend 21 contrats qui ont été émis à 15 agences entre 1994-1995 et 2000-2001. Cette catégorie porte sur des services de consultation relatifs à la restructuration du SPROP, sur l'élaboration de concepts publicitaires, sur l'évaluation de l'efficacité des programmes de publicité et sur la formulation de plans stratégiques concernant la visibilité.

10.2 Sélection des agences – 590 000 $

Entre 1994-1995 et 1996-1997, 11 contrats ont été émis en rapport avec le processus de sélection des agences, notamment à des spécialistes du secteur qui ont siégé au comité de sélection, de même que des sommes payées pour l'achat d'espace publicitaire afin d'annoncer l'appel d'offres aux agences de publicité.

Le tableau 12 présente une synthèse des contrats des PSC émis pour des services rendus à TPSGC.

Tableau 12 : Contrats des PSC gérés par les agences – Services vendus à TPSGC (en millions $)

Événement	Commandites	Commission d'agence	Coûts de production/honoraires professionnels	Total
Planification stratégique	-	-	1,85	1,85
Sélection des agences	0,21	0,04	0,34	0,59
Conception de logo	-	-	0,36	0,36
Site du BIC	-	-	0,30	0,30
Autres	-	-	0,10	0,10
Total	0,21 $	0,04 $	2,95 $	3,20 $

Tableau 12a - Contrats des PSC gérés par les agences - Services à TPSGC

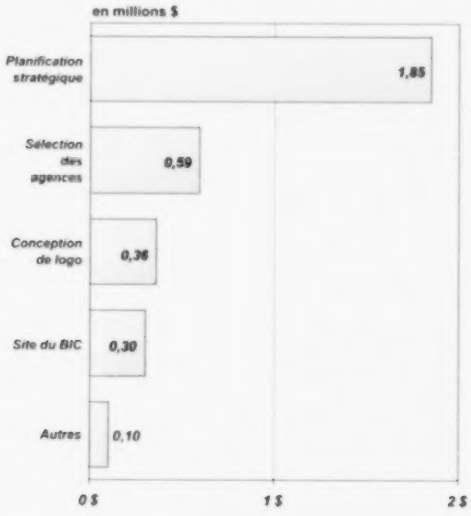


Tableau 12b - Contrats des PSC gérés par les agences - Services à TPSGC

11.0

RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE — 2,13 MILLIONS DE DOLLARS

Le gouvernement du Canada a émis 63 contrats des PSC entre 1994-1995 et 1998-1999 pour la production d'études d'intérêts multiples et de recherches sur l'opinion publique. L'annexe 4 en donne une liste.

Les contrats ont été émis à 17 agences de communication notamment celles dont les noms apparaissent au tableau 13 ci-dessous :

Tableau 13 : Contrats des PSC gérés par les agences – Recherche sur l'opinion publique

	Valeur totale des contrats (milliers de $)
Angus Reid	954,6 $
Evironics	249,1
Crop	246,1
Infras	173,0
Autres	499,5
Total	2 122,8 $

Tableau 13a - Contrats des PSC gérés par les agences - Recherche sur l'opinion publique

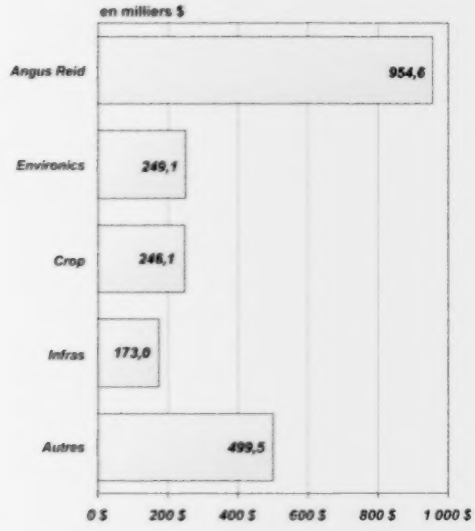
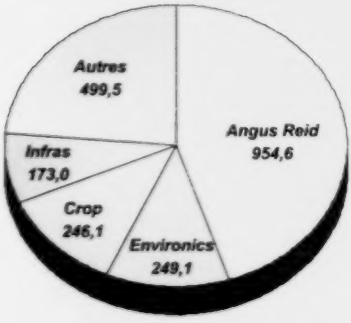


Tableau 13b - Contrats des PSC gérés par les agences - Recherche sur l'opinion publique (en milliers $)



G

Appendice G

RÉSERVE POUR L'UNITÉ — AFFECTATIONS

RÉSERVE POUR L'UNITÉ – LISTE DE PROJETS
(million de dollars)

Ministère responsable et description	Année	Montant ($)
Citoyenneté et Immigration Canada		
• CI - Jeux de la Francophonie & les Championnats mondiaux d'athlétisme	2001-02	1,548
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international		
• MAECI: Stratégie pour l'unité nationale - programme de diplomatie publique et programmes culturels	1998-99	3,800
	1999-00	6,500
	2000-01	8,000
	2001-02	8,000
	2002-03	8,000
	2003-04	8,000
	2004-05	8,000
• MAECI: Le Forum des fédérations et conférence int. sur le fédéralisme	1999-00	2,800
	2000-01	2,000
	2001-02	2,000
	2002-03	1,500
	2003-04	0,100
• MAECI: Champlain 2004	2001-02	1,300
Agence canadienne de développement international		
• ACDI: Le Forum des fédérations	1999-00	0,250
	2000-01	1,000
	2001-02	1,000
	2002-03	0,750
Parcs Canada APC		
• Plan des travaux d'infrastructure	1999-00	0,500
• Fondation canadienne d'études irlandaises	2000-01	0,500
• Cathédrale du Marie-Reine du Monde, Montréal	2000-01	0,450
• Parc Nationaux et lieux historiques	2001-02	11,910
Finances		
• Communications	1999-00	1,000
Gouverneur Général du Canada		
• GG - 50e anniversaire des gouverneurs généraux du Canada	2001-02	1,200
	2002-03	1,250

Ministère responsable et description	Années	Montant ($)
Santé Canada		
• Santé - Frais de publicité pour l'Ontario	2000-01	2,125
Patrimoine canadien		
• BIC ComCda - L'Association des Canadiens en Europe	2000-01	0,781
	2001-02	1,200
	2003-04	1,320
	2004-05	1,386
• PC: Identité canadienne	1994-95	8,000
• PC: Unité - Communications	1994-95	3,000
• PC: Unité- Le Référendum au Québec	1995-96	5,000
• PC: Identité canadienne Phase II	1995-96	3,500
• PC: Bâtir un Canada fort	1996-97	11,000
	1997-98	**14,000**
	1997-98	**13,000**
• PC: Échanges Canada et réseau	1998-99	3,500
• PC: Festivités de la fête du Canada	1998-99	4,500
	1999-00	7,500
	2000-01	10,500
	2001-02	10,400
	2002-03	10,000
	2003-04	10,000
	2004-05	10,000
• PC: Année de la francophonie canadienne	1998-99	2,000
	1999-00	5,000
• PC - Conseil sur l'unité canadienne	1998-99	3,900
	1999-00	4,000
	2000-01	4,000
	2001-02	4,200
	2002-03	4,200
	2003-04	4,350
	2004-05	4,500
• PC: Minorités francophones	1998-99	2,000
	1999-00	2,000
• PC: Programme Emplois d'été/ Échanges étudiants	1999-00	2,500
	2000-01	2,500
	2001-02	2,800
	2002-03	4,600
	2003-04	4,700
	2004-05	4,700
• PC - Échanges et établissement de réseaux	1999-00	7,750
• PC - Conférence d'étude canadienne du Gouverneur général	1999-00	0,500
• PC - lieutenants-gouverneur	1999-00	0,310
	2000-01	0,310
	2001-02	0,310

Ministère responsable et description	Années	Montant ($)
• PC Programme Katimavik	1998-99	3,000
	1999-00	3,000
	2000-01	3,000
	2001-02	3,000
	2002-03	3,000
• PC - Programme des droits de la personne	2000-01	0,050
	2001-02	0,050
	2002-03	0,050
• PC - Jeux de la Francophonie	2001-02	3,000
• PC - Commémoration du 400e anniversaire de la présence française en Amérique	2001-02	0,200
	2003-04	1,500
	2004-05	3,500
• PC - Jubilé de la Reine	2001-02	1,300
	2002-03	10,700
	2003-04	0,500
• PC - N-B traduction des reglements municipaux	2001-02	1,000
• PC - La Ville d'Ottawa - Politique des services en français	2001-02	0,500
• PC - Initiative Jeunesse francophone et l'avenir des communautés	2001-02	3,500
• PC - Championnats du monde d'athletisme jeunesse	2002-03	3,000
• PC - Le Centre Terry-Fox de la jeunesse canadienne du CUC	2002-03	0,225
	2003-04	0,770
	2004-05	0,770
• PC - Orchestre symphonique de Quebec	2003-04	0,130
• SS: Médaille du 125e anniversaire	1992-93	1,300
• SS: Programme destiné à mieux faire connaître le Canada	1992-93	6,000
• SS: Programme de révision des affaires constitutionnelles des autochtones	1992-93	3,100
Archives nationales du Canada		
• AN - Collection Peter Winkworth	2000-01	6,000
Commission des champs de bataille nationaux		
• CCBN: Unité	1997-98	1,500
	1999-00	2,000
	2000-01	1,000
• CCBN - Plan des travaux d'infrastructure	1999-00	1,000
	2000-01	3,000
	2001-02	0,500
• CCBN- Maison Louis St-Laurent	2001-02	1,020
	2002-03	0,220
Commission de la capitale nationale		
• CCN: Canada - 125e Célébration	1992-93	0,300
• Commission de la capitale nationale CCN: Centre d'accueil Rideau Hall	1999-00	1,850

Ministère responsable et description	Années	Montant ($)
Industrie Canada		
• Fonds pour communications reliés à la prospérité	1992-93	12,000
Commission canadienne du tourisme		
• CCT - Toronto Transit Commission en appui de la Journée mondiale de la jeunesse	2002-03	1,250
Conseil de recherches en sciences humaines du Canada		
• CRSH - L'initiative du fédéralisme et les fédérations	1998-99	0,300
	1999-00	0,450
	2000-01	0,450
	2001-02	0,700
	2002-03	0,700
Agence de promotion économique du Canada atlantique		
• APECA - Centre de journalisme Dalton K. Camp Centre Université St Thomas	2002-03	0,500
Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec		
• ADECRQ-Mosaïculture 2003	2003-04	1,500
• ADECRQ - Grand Prix du Canada	2003-04	4,000
Ministère de la Justice		
• Jus: Droit constitutionnel	1996-97	0,900
	1997-98	1,900
	1998-99	1,900
• Jus TPSGC: Code civil	1997-98	3,600
	1998-99	3,400
Commissariat aux langues officielles		
• COLO: Unité nationale	1992-93	1,500
• COLO - Financement provisoire - Exécution des activités stratégiques	2002-03	1,300
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada		
• BIC ComCda: Communications	1998-99	20,000
	1999-00	20,000
• BIC ComCda - Bureau	2000-01	10,400
	2001-02	10,400
	2002-03	10,400
	2003-04	10,400
	2004-05	10,400
	2005-06	10,400
• BIC ComCda - Tournées ministérielles dans l'Ouest du Canada	2001-02	1,500
	2002-03	1,500
• BIC ComCda - Foires et expositions	2001-02	1,000
• BIC ComCda - Projet de liaison du Conseil pour l'unité canadienne	2002-03	1,350

Ministère responsable et description	Années	Montant ($)
• BIC/ComCda: un nouveau bureau pour l'unité	1996-97	20,000
	1997-98	20,000
• TPSGC: Unité - Le Référendum au Québec	1995-96	10,000
• TPSGC: Identité canadienne Phase II	1995-96	1,500
• TPSGC: Unité	1996-97	17,000
	1997-98	17,000
• TPSGC: Publicité sur l'unité	1997-98	18,800
• TPSGC: Groupe des communications	1998-99	35,000
• TPSGC - Parrainage	1999-00	9,000
• TPSGC -Loi de Clarification	2000-01	0,400
• TPSGC - Activités de parrainage additionnelles	2001-02	3,500
• TPSGC -Communications	1992-93	3,313
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (et autres)		
• Min. divers: Réforme constitutionnelle	1992-93	24,102
Bureau du Conseil privé		
• BCP: Appui au Ministre des Affaires constitutionnelles	1992-93	11,500
• BCP: Frais encourus par le Québec pour le référendum sur Charlottetown	1994-95	34,600
• BCP: Relations fédérale-provinciales	1995-96	5,000
	1996-97	5,000
	1997-98	5,000
	1998-99	5,200
	1999-00	5,200
	2000-01	5,606
	2001-02	5,606
	2002-03	5,774
	2003-04	5,774
	2004-05	5,774
	2005-06	5,774
• BCP: Initiatives du millénaire	1997-98	1,400
• BCP: Comité directeur- 4e Jeux Francophonie	1998-99	0,100
• BCP - Langues officielles & l'entente cadre sur l'union sociale	2002-03	0,750
Secrétariat des conférences intergouvernementales canadiennes		
• SCIC: Conférence constitutionnelle Multilatéral	1992-93	4,800

TOTAUX:	1992-1993	67,9
	1993-1994	-
	1994-1995	45,6
	1995-1996	25,0
	1996-1997	53,9
	1997-1998	95,3
	1998-1999	87,7
	1999-2000	83,1
	2000-2001	56,1
	2001-2002	89,0
	2002-2003	71,1
	2003-2004	53,3
	2004-2005	49,0
	2005-2006	16,2

H

Appendice H

EXEMPLES DE TEXTES DE CAPSULES RADIO

1.0

CAPSULES RADIO PLEIN AIR - AVRIL 2002 (n°20)

Ici Patrick Campeau pour le magazine Sentier Chasse-Pêche.Même si vous prospectez soigneusement une structure ou un secteur de couvert propice, même si vous présentez votre offrande de la manière la plus alléchante possible, et malgré votre grande détermination, il se trouve encore des occasions où les poissons refuseront systématiquement de coopérer.

L'arrivée d'un front froid représente l'exemple le plus typique de ce genre d'occasion. Il nous est difficile de comprendre les effets que les systèmes de température peuvent causer sur les poissons, mais il existe bel et bien une réaction très tangible sur les résultats de pêche. Il faut donc concentrer nos efforts hors de ces périodes improductives quand on peut le faire.

Le gouvernement du Canada vous souhaite bonne pêche!

2.0

CAPSULES RADIO-ÉCONOMIQUES - OCTOBRE 2001 (n°1)

Bonjour, ici Christine Lamer sur les capsules économiques.Si vous exploitez une entreprise, et si votre conjoint ou vos enfants collaborent à votre entreprise, les salaires que vous leur versez seront déductibles aux fins de l'impôt pourvu qu'ils soient raisonnables par rapport au travail exécuté. Le salaire versé est évidemment imposable entre leurs mains.

Les salaires versés à votre conjoint ou à vos enfants leur permettront de cotiser à leur propre REER et au régime de pension du Canada, ainsi qu'au régime de rente de la province.

Le gouvernement du Canada vous souhaite une bonne journée!

3.0

CAPSULES RADIO AGRO-ALIMENTAIRES - FÉVRIER 2002 (n°49)

Ici Roger Bourassa pour la rubrique agro-alimentaire.Parlons aujourd'hui de décoration florale. Il est facile de se procurer des fleurs des champs en été. Mais en hiver, cela devient plus problématique. Heureusement que depuis quelques années, on peut en acheter dans les supermarchés à un prix raisonnable.

Avant de les assemblées, coupez les feuilles inutiles en ne laissant que le minimum pour équilibrer le bouquet. Mais ne mettez surtout pas d'énormes bouquets dans une petite pièce, ni de fleurs trop basses dans un grand récipient. Pour faire durer les fleurs plus longtemps, changez l'eau deux fois par jour. Si les têtes penchent, on coupe la tige d'un demi centimètre pour qu'elle se gorge plus facilement.

Le gouvernement du Canada vous encourage à embellir votre environnement.

4.0
CAPSULES RADIO HABITATION - OCTOBRE 2001 (n°13)

Ici Denis Bergeron pour le magazine Rénovation Bricolage.Le vernis protège les planchers de bois franc contre l'usure, mais il finit par s'user à la longue.

Pour assurer la longévité des parquets, il faut garder le vernis en bon état. Pour cela, éliminez régulièrement le sable qui est très abrasif en passant l'aspirateur ou le balais. Chaque fois que vous déplacez un meuble, vous risquez d'égratigner le plancher. Alors, collez des coussinets de feutre sous les pieds de vos meubles. Déplacez les électroménagers en les faisant glisser sur un morceau de tapis placé à l'envers. Essuyez rapidement tout dégât liquide. Enfin, conservez un taux d'humidité relative dans la maison entre 40 et 50% toute l'année.

Le gouvernement du Canada vous souhaite de bonnes rénovations.

COMMISSION D'ENQUÊTE
SUR LE
PROGRAMME DE COMMANDITES
ET LES ACTIVITÉS PUBLICITAIRES